



**Centro Universitário de Brasília
Instituto CEUB de Pesquisa e Desenvolvimento - ICPD**

SHEILA MARIA SOUSA ALVES LIMA

**AVALIAÇÃO DE POLÍTICAS PÚBLICAS: CRIAÇÃO DO CENTRO DE
PESQUISA APLICADA EM COMUNICAÇÃO PÚBLICA DA EMPRESA
BRASIL DE COMUNICAÇÃO- EBC**

Brasília
2017

SHEILA MARIA SOUSA ALVES LIMA

**AVALIAÇÃO DE POLÍTICAS PÚBLICAS: CRIAÇÃO DO CENTRO DE
PESQUISA APLICADA EM COMUNICAÇÃO PÚBLICA DA EMPRESA
BRASIL DE COMUNICAÇÃO-EBC**

Trabalho apresentado ao Centro Universitário de Brasília (UniCEUB/ICPD) como pré-requisito para obtenção de Certificado de Conclusão de Curso de Pós-graduação *Lato Sensu* MBA em Gestão Pública.

Orientadora: Prof^a. Dra^a. Ida Brasil.

Brasília
2017

SHEILA MARIA SOUSA ALVES LIMA

**AVALIAÇÃO DE POLÍTICAS PÚBLICAS: CRIAÇÃO DO CENTRO DE
PESQUISA APLICADA EM COMUNICAÇÃO PÚBLICA DA EMPRESA
BRASIL DE COMUNICAÇÃO-EBC**

Trabalho apresentado ao Centro
Universitário de Brasília (UniCEUB/ICPD)
como pré-requisito para a obtenção de
Certificado de Conclusão de Curso de
Pós-graduação *Lato Sensu MBA em
Gestão Pública*.

Orientadora: Prof^a. Dra. Ida Brasil.

Brasília, 30 de junho de 2017.

Banca Examinadora

Prof. Dr. Gilson Ciarallo

Prof^a. Dra Raquel Boing Marinucci

Dedico este trabalho ao meu esposo Clovis, aos meus filhos Isaac e Fernanda, aos meus pais Francisco Gomes e Maria Madalena (in memória), com todo meu amor e gratidão, por tudo que fizeram por mim ao longo de minha vida.

AGRADECIMENTOS

Quero agradecer a Deus que oportunizou este momento, depois a minha família que sempre esteve ao meu lado, principalmente o meu esposo Clóvis, o meu filho Isaac e minha filha Fernanda.

Ao meu pai Francisco Gomes e em especial a minha mãe Maria Madalena (in memória) pelo exemplo e fortaleza.

Aos meus irmãos Francimar, Celso e Francisco Filho, pois sem o apoio da família a caminhada ao fim seria muito mais difícil.

Registro também meu agradecimento a minha orientadora Professora Doutora Ida Brasil que acreditou na realização deste trabalho.

Da mesma forma, agradeço ao Prof Dr. Gilson Ciarallo, pelo auxílio e contribuições.

À Direção da EBC, sobretudo pelo Programa de Incentivo Educacional da Empresa Brasil de Comunicação - PROEBC.

Por fim, a todos aqueles que de algum modo contribuíram para este momento.

A persistência é o caminho do êxito.

Charles Chaplin

RESUMO

Este estudo verificou os efeitos do Projeto de criação do Centro de Pesquisa Aplicada, Desenvolvimento e Inovação em Comunicação Pública na busca da excelência em conteúdos, linguagens, formatos criativos e inovadores, para a formação de estrutura técnica e profissional no campo da Comunicação Pública, a partir de aspectos já analisados nos artigos e estudos anteriores decorrentes da parceria entre a Empresa Brasil de Comunicação - EBC e a Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura-UNESCO. Fundamentado em conceitos e teorias sobre políticas públicas e comunicação pública o trabalho busca compreender como se dá o processo de criação do Centro de Pesquisa Aplicada no âmbito da estrutura já existente da EBC tendo como base o fomento à inovação, que inclui o apoio à implantação e consolidação de ambientes promotores da inovação, como forma de incentivar o desenvolvimento tecnológico, o aumento da competitividade e a interação entre entidades públicas e privadas, tanto no âmbito nacional como internacional. Para tanto, foi utilizado como método para coleta de dados a pesquisa bibliográfica e a técnica da observação participante, através do estudo levantado no referencial teórico. A partir da análise de dados foi possível perceber que existem inúmeras iniciativas bem sucedidas de comunicação pública no mundo, que podem ser considerados modelos globais de sucesso a serem seguidos em termos de pesquisa e treinamento em radiodifusão pública de qualidade, no sentido de aprimorar os serviços prestados pela empresa. Destacaram-se no estudo os resultados apresentados no Relatório de acompanhamento de desempenho do Projeto de 2016 e o Relatório Gerencial da EBC 2015/2016, sendo possível confirmar que apesar do encerramento do Projeto executado pela EBC em cooperação com a UNESCO, a proposta do Centro está alinhada com um dos objetivos da radiodifusão pública estipulada pela lei que rege a EBC que é “promover e estimular formação e o treinamento de pessoal especializado necessário às atividades de radiodifusão, comunicação e serviços conexos.” Além de estar indicado no princípio legal, é a maneira propícia de se produzir conhecimento específico e em linha com padrões internacionais, de forma a tornarmos-nos referência no Brasil, América Latina e países de língua portuguesa, conforme demandava o Projeto de Cooperação EBC/Unesco.

Palavras-chave: Gestão Pública. Políticas Públicas. Avaliação de Políticas Públicas. Comunicação Pública.

ABSTRACT

This study verified the effects of the Project to create the Center for Applied Research, Development and Innovation in Public Communication in the search for excellence in content, languages, creative and innovative formats, for the formation of technical and professional structure in the field of Public Communication, based on aspects already analyzed in previous articles and studies resulting from the partnership between the Empresa Brasil de Comunicação (EBC) and the United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization (UNESCO). Based on concepts and theories about public policies and public communication, the work seeks to understand how the process of creation of the Applied Research Center within the framework of the EBC structure, based on the promotion of innovation, which includes support for the implementation and consolidation of environments that promote innovation, as a way of encouraging technological development, increasing competitiveness and interaction between public and private entities, both nationally and internationally. To do so, the bibliographic research and participant observation technique was used as data collection method, based on the theoretical framework. Based on the data analysis, it was possible to notice that there are many successful public communication initiatives in the world that can be considered global models of success to be followed in terms of research and training in quality public broadcasting, in order to improve services provided by the company. The results presented in the Project Performance Monitoring Report for the 2016 Project and the EBC Management Report 2015/2016 were highlighted in the study, and it was possible to confirm that despite the closure of the Project executed by EBC in cooperation with UNESCO, the Center's proposal is aligned with one of the objectives of public broadcasting stipulated by the EBC act, which is "to promote and encourage the education and the training of specialized personnel required for broadcasting, communication and related services." The appropriate way of producing specific knowledge and in line with international standards, so that we can become a reference in Brazil, Latin America and Portuguese-speaking countries, as demanded by the EBC / Unesco Cooperation Project.

Key words: Public administration. Public policy. Evaluation of Public Policies. Public Communication

LISTA DE GRÁFICOS

GRÁFICO 1 - Audiência da TV Brasil - 1º Semestre de 2015 X 2016.....	36
GRÁFICO 2 - Audiência das Rádios 1º Semestre 2015 x 2016.....	37
GRÁFICO 3 - Audiência da Web EBC - 1º Semestre de 2015 x 2016	38
GRÁFICO 4 - Histórico de valores repassados ao projeto.....	71
GRÁFICO 5 - Histórico de valores executados pelo projeto.....	71
GRÁFICO 6 - Histórico de índices gerais de execução técnica do projeto..	74
GRÁFICO 7 - Histórico índices gerais de execução financeira do projeto..	74
GRÁFICO 8 - Histórico Execução Técnica por Objetivo.....	75
GRÁFICO 9 - Histórico Execução Técnica por Objetivo e Resultado.....	77

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

FIGURA 1 - Ciclo de políticas públicas	21
FIGURA 2 - Linha do tempo	33
FIGURA 3 - Plataforma EaD da EBC	76

LISTA DE QUADROS

QUADRO 1 - Lista de grupos e linhas de pesquisa sobre mídia pública.....	56
QUADRO 2 - Lista de Objetivos, resultados e atividades revisados.....	61
QUADRO 3 - Matriz Lógica do Projeto Objetivo específico 1	67
QUADRO 4 - Matriz Lógica do Projeto Objetivo específico 2.....	68

LISTA DE SIGLAS

ABCIBER- Associação Brasileira de Pesquisadores em Cibercultura

ABEPEC - Associação Brasileira das Emissoras Públicas, Educativas e Culturais

ABES - Associação Brasileira de Estudos Semióticos

ABJC - Associação Brasileira de Jornalismo Científico

ABP2 - Associação Brasileira de Pesquisadores em Publicidade

ABRAPCORP - Associação Brasileira de Pesquisadores de Comunicação Organizacional e Relações Públicas

ALCAR - Associação Brasileira de Pesquisadores da História da Mídia

BBC - British Broadcasting Channel

EBC - Empresa Brasil de comunicação

CNPQ - Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico

FENAJ - Federação Nacional dos Jornalistas

FNDC - Fórum Nacional de Democratização da Comunicação

FOLKCOM - Folkcomunicação

FORCINE - Fórum Brasileiro de Ensino de Cinema e Audiovisual

INTERCOM - Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação

NHK - Japan Broadcasting Television

PBS - Public Broadcasting Service

POLITICOM - Sociedade Brasileira de Profissionais e Pesquisadores de Comunicação Política e Marketing Político

SBPJOR- Associação Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo

SOCINE - Sociedade Brasileira de Estudos de Cinema e Audiovisual

ULEPICC-BRASIL - Capítulo Brasil da União Latina de Economia Política da Informação, da Comunicação e da Cultura

UNESCO - Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	13
1 REVISÃO TEÓRICA	16
1.1 Políticas Públicas	17
1.1.1 <i>Ciclo das Políticas Públicas</i>	20
1.1.2 <i>Avaliação de Políticas Públicas</i>	22
1.2 A Comunicação Pública no Brasil e no Mundo	24
1.2.1 <i>História da Radiodifusão Pública</i>	24
1.2.2 <i>Comunicação Pública, Estatal e Governamental</i>	26
2 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS DA PESQUISA	29
3 ESTUDO DE CASO	33
3.1 Local da Pesquisa	33
3.1.1 <i>Empresa Brasil de Comunicação</i>	33
3.2 Coleta de dados	39
3.2.1 <i>Centros de Pesquisa em Comunicação Pública no mundo</i>	39
3.2.1.1 <i>PBS – Public Broadcasting Service</i>	39
3.2.1.2 <i>BBC – British Broadcasting Channel</i>	43
3.2.1.3 <i>NHK – Japan Broadcasting Television</i>	46
3.2.2 <i>Centros de Pesquisas em Comunicação Pública no Brasil</i>	49
3.2.3 <i>Evidências da ascensão da mídia pública no Brasil</i>	53
3.2.4 <i>Grupos de Pesquisa em Comunicação Pública no Brasil</i>	55
3.3 Projeto de Criação do Centro de Pesquisa da EBC	57
3.3.1 <i>Avaliação do Projeto de Criação do Centro de pesquisa da EBC</i>	58
3.3.1.1 <i>Resultados, Oportunidades e Desafios</i>	70
CONCLUSÃO	79
REFERÊNCIAS	83

INTRODUÇÃO

As políticas públicas são instrumentos fundamentais do Estado para promover o bem-estar da sociedade, pois asseguram a prestação de serviços aos cidadãos. A avaliação é uma das etapas do ciclo das políticas públicas. Ela visa, primordialmente, ao controle de todo o processo, realizando a devida prestação de contas perante a sociedade. Busca também o aprimoramento das atividades realizadas pelo Estado nas etapas anteriores, quais sejam a formação da agenda, a formulação da política, a tomada de decisão e a implementação da política. Este aperfeiçoamento acontece com base no acúmulo de experiências e informações, as quais passam a ser consideradas em futuras decisões da administração pública.

A Política Pública a ser avaliada é o Projeto de Criação do Centro de Pesquisa Aplicada em Comunicação Pública da Empresa Brasil de Comunicação – EBC. A proposta de constituição do referido Centro de Pesquisa em comunicação pública também está inserida no contexto de uma política pública voltada ao fomento à inovação, que inclui o apoio à criação, implantação e consolidação de ambientes promotores da inovação, como forma de incentivar o desenvolvimento tecnológico, o aumento da competitividade e a interação entre entidades públicas e privadas, tanto no âmbito nacional como internacional. Quanto mais aperfeiçoado estiver esse programa, maiores serão os benefícios para a população.

O presente estudo se propõe a compreender como se dá o processo de criação do Centro de Pesquisa Aplicada em Comunicação Pública no âmbito da estrutura já existente da EBC em consonância com os aspectos já analisados nos artigos e estudos anteriores decorrentes da parceria entre a EBC e a UNESCO o qual será o elemento central para que em um futuro próximo implante-se um Centro

de Pesquisa por meio de um projeto sustentável no médio prazo, no âmbito de uma empresa cuja missão precípua deve consistir na comunicação pública.

O objetivo geral do presente trabalho é avaliar, por meio de artigos e estudos anteriores decorrentes da parceria entre a EBC e a UNESCO¹, a criação do Centro de Pesquisa Aplicada, Desenvolvimento e Inovação em Comunicação Pública na busca da excelência em conteúdos, linguagens, formatos criativos e inovadores, para a formação de estrutura técnica e profissional no campo da Comunicação. A partir deste, busca-se pesquisar sobre políticas públicas e seus ciclos; compreender sobre avaliação de políticas públicas; conhecer o panorama geral sobre a história da comunicação pública no Brasil e no Mundo; compreender a diferença entre Comunicação Pública, Estatal e Governamental; descrever a Empresa Brasil de Comunicação - EBC; conhecer os principais centros de pesquisa de comunicação pública no Brasil e no mundo; demonstrar evidências da ascensão da mídia Pública no Brasil; conhecer os principais grupos de pesquisa em comunicação pública e radiodifusão em atuação no Brasil; analisar o Projeto de criação do Centro de Pesquisa; demonstrar o resultado e identificar oportunidades e desafios para a EBC a partir da criação do Centro de Pesquisa.

Para alcançar esses objetivos, procedeu-se a pesquisa bibliográfica e documental já que foi feito uso de material publicado, constituído principalmente de livros, artigos, produtos, leis e relatórios. Também foi utilizada a técnica da observação participante, pois a pesquisadora trabalha na EBC.

¹ Produto 01 – Mapa descritivo dos centros de pesquisas e escolas de comunicação pública para radiodifusão no Brasil e no Mundo; Produto 02 – Estruturação de banco de dados com os registros detalhados das instituições alvo da pesquisa; Produto 03 – relatório comparativo das melhores práticas e do impacto de sua implantação no Brasil e Produto 04 – Desenvolvimento de um modelo híbrido de pesquisa e treinamento em radiodifusão.

Espera-se demonstrar com este estudo a importância da criação do Centro de Pesquisa Aplicada, Desenvolvimento e Inovação em Comunicação Pública na busca da excelência em conteúdos e linguagens e desenvolver formatos criativos e inovadores, e dotar o campo da Comunicação de um ente capaz de produzir conhecimento a partir de um esforço em comum e específico do campo público.

O presente trabalho foi então estruturado em 3 capítulos. No primeiro capítulo, apresenta-se a revisão teórica: conceitos e ciclos das políticas públicas; análise sobre a comunicação pública no Brasil e no Mundo; e, a diferença entre Comunicação Pública, Estatal e Governamental. No segundo capítulo, apresenta-se a metodologia. No terceiro e último capítulo são apresentados o estudo de caso referente ao Projeto de Criação do Centro de Pesquisa Aplicada com resultados a partir dos aspectos já analisados nos artigos e estudos anteriores decorrentes da parceria entre a EBC e a UNESCO.

1 REVISÃO TEÓRICA

Segundo Santos (2006), a Gestão Pública pode ser entendida como gerência dos negócios do Governo por meio da Administração Pública que visa atender aos interesses da coletividade, ou seja, ao interesse público.

Para Santos (2006) as políticas públicas correspondem à forma com que o Estado busca atender as necessidades coletivas. Ao pensar políticas como meio e necessidades coletivas como fins, devem ser abordados os processos de formulação, implementação e avaliação utilizando-se de dimensões conceituais e metodológicas de políticas públicas.

Compreender o sucesso e fracasso das políticas públicas implantadas é fundamental para o melhor desempenho da Administração Pública, visto que estas influenciam diretamente no planejamento governamental (TREVISAN; BELLEN, 2008).

O interesse público, ponto de partida apontado pelos autores para estabelecer o conceito de comunicação pública, traz à tona a discussão de que as questões que interessam ao cidadão devem ser expostas de maneira clara e objetiva. Sendo também importante ser retratado o interesse do público.

Matos (2013), ao considerar o poder e a relevância que a comunicação assume no mundo de hoje nas organizações, estas precisam se pautar por políticas de comunicação capazes de levar efetivamente em conta os interesses da sociedade

Ainda de acordo com Matos (2013), a comunicação exerce um papel preponderante em todo esse contexto, ou seja, para que o Estado cumpra sua missão e promova de fato a construção da verdadeira cidadania, faz-se necessária

uma mudança cultural de mentalidade, tanto do serviço público quanto da sociedade, para resgatar a legitimidade do poder público e sua responsabilização (accountability), por meio de um controle social permanente.

Para compreender a avaliação do Projeto de criação do Centro de Pesquisa em Comunicação Pública da EBC faz-se necessário esboçar um aparato teórico a respeito das Políticas Públicas e seus Ciclos, da Comunicação Pública e dos aspectos a estes relacionadas para conciliá-las com a prática desenvolvida na gestão pública na esfera governamental.

1.1 Políticas Públicas

Para Souza (2006) a área de políticas públicas contou com quatro grandes “pais” fundadores: H. Laswell, H. Simon, C. Lindblom e D. Easton.

Laswell (1936, apud SOUZA, 2006) introduz a expressão *policy analysis* (análise de política pública), ainda nos anos 30, como forma de conciliar conhecimento científico/acadêmico com a produção empírica dos governos e também como forma de estabelecer o diálogo entre cientistas sociais, grupos de interesse e governo.

Simon (1957, apud SOUZA, 2006) introduziu o conceito de racionalidade limitada dos decisores públicos (*policy makers*), argumentando, todavia, que a limitação da racionalidade poderia ser minimizada pelo conhecimento racional. Para Simon, a racionalidade dos decisores públicos é sempre limitada por problemas tais como informação incompleta ou imperfeita, tempo para a tomada de decisão, auto-interesses dos decisores, etc., mas a racionalidade, segundo Simon, pode ser maximizada até um ponto satisfatório pela criação de estruturas (conjunto de regras

e incentivos) que enquadre o comportamento dos atores e modele esse comportamento na direção de interesses próprios.

Lindblom (1959, apud SOUZA, 2006) questionou a ênfase no racionalismo de Laswell e Simon e propôs a incorporação de outras variáveis à formulação e à análise de políticas públicas, tais como as relações de poder e a integração entre as diferentes fases do processo decisório o que não teria necessariamente um fim ou um princípio. Daí por que as políticas públicas precisariam incorporar outros elementos à sua formulação e à sua análise além das questões de racionalidade, tais como o papel das eleições, das burocracias, dos partidos e dos grupos de interesse. Easton (1965, apud SOUZA, 2006) contribuiu para a área ao definir a política pública como um sistema, ou seja, como uma relação entre formulação, resultados e o ambiente. Segundo Easton (1965, apud SOUZA, 2006), políticas públicas recebem inputs dos partidos, da mídia e dos grupos de interesse, que influenciam seus resultados e efeitos.

Vimos que as políticas públicas são instrumentos utilizados para a efetivação dos direitos sociais, mas como bem sintetiza Celina Souza “Não existe uma única, nem melhor, definição sobre o que seja política pública:² Mead (1995) a define como um campo dentro do estudo da política que analisa o governo à luz de grandes questões públicas; Lynn (1980), como um conjunto de ações do governo que irão produzir efeitos específicos. Peters (1986) segue o mesmo veio: política pública é a soma das atividades dos governos, que agem diretamente ou através de delegação, e que influenciam a vida dos cidadãos. Dye (1984) sintetiza a definição de política pública como “o que o governo escolhe fazer ou não fazer”. Contudo a

² SOUZA, Celina. Políticas Públicas: uma revisão da literatura. Sociologias, Porto Alegre, 2006, p.26.

definição mais conhecida continua sendo a de Laswell, ou seja, decisões e análises sobre política pública implicam responder às seguintes questões: quem ganha o quê, por quê e que diferença faz. E ainda conclui: “Pode-se, então, resumir política pública como o campo do conhecimento que busca, ao mesmo tempo, colocar o governo em ação e/ou analisar essa ação (variável independente), e, quando necessário, propor mudanças no rumo ou curso dessas ações (variável dependente). A formulação de políticas públicas constitui-se no estágio em que os governos democráticos traduzem seus propósitos e plataformas eleitorais em programas e ações que produzirão resultados ou mudanças no mundo real”.³

Matias-Pereira (2010) esclarece que as políticas públicas se apresentam como conjunto de disposições, medidas e procedimentos que espelham a orientação política do Estado e regulam atividades governamentais no que dizem respeito às tarefas de interesse público. Souza (2006) destaca que as teorias aplicadas às políticas públicas buscam explicação nas inter-relações entre Estado, política e sociedade.

Já Rua (2009) expõe que as mesmas são um conjunto de procedimentos destinados à resolução pacífica dos conflitos em torno da alocação de bens e recursos públicos. De acordo com Matias-Pereira (2010), os conflitos são mediados por instituições por serem resultantes da atividade política. O que implica analisar a inter-relação entre as instituições políticas, o processo político e os conteúdos da política.

Souza (2006, p. 26), em um estudo sobre o estado da arte, constrói

³ SOUZA, Celina. Políticas Públicas: uma revisão da literatura. Sociologias, Porto Alegre, 2006, p.24.

uma definição resumida baseada nestes quatro autores, colocando a política pública como:

“o campo do conhecimento que busca, ao mesmo tempo, colocar o ‘governo em ação’ e/ou analisar essa ação (variável independente) e, quando necessário, propor mudanças no rumo ou curso dessas ações (variável dependente). A formulação de políticas públicas constitui-se no estágio em que os governos democráticos traduzem seus propósitos e plataformas eleitorais em programas e ações que produzirão resultados ou mudanças no mundo real”.

Para este trabalho, a definição de Souza permite uma melhor compreensão da necessidade da avaliação das políticas públicas.

1.1.1 Ciclo das Políticas Públicas

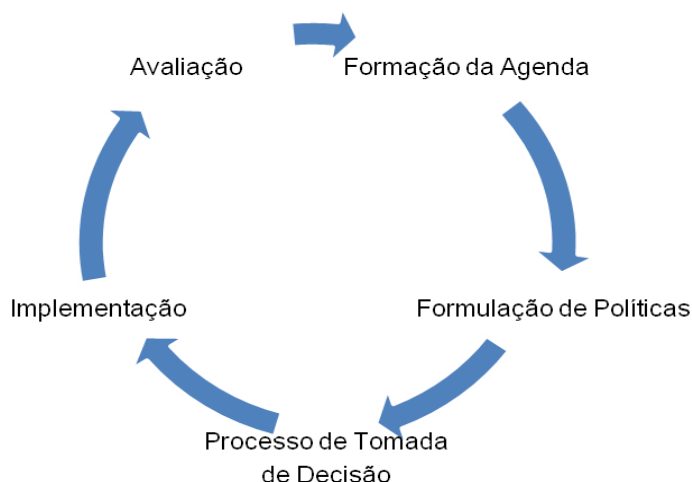
Para a instrumentalização da Política Pública é necessário que haja um ciclo, e este pode ser pensado por qualquer pessoa, mas é preciso levar em consideração que é necessário todo um estudo para sua elaboração. Vejamos que as políticas públicas são elaboradas através da participação do poder executivo, que irá dar a iniciativa da elaboração da política pública, havendo um estudo de toda a realidade social, no momento da escolha é preciso estar claro se não há meio menos gravoso, entre outros, esta é a primeira fase (elaboração e definição). Em seguida há a fase de implementação ou sua própria execução. O poder executivo então tem como responsabilidade a execução da política pública, caso não o cumpra isso recairá no Poder Judiciário. Na terceira fase, o controle judicial, ou não somente o judicial, mas o próprio controle exercido pela sociedade é feito, a fiscalização então engloba mais do que o poder judiciário. Há depois a avaliação da política pública, pode ser então que depois de executada, entendam que ela não é o melhor instrumento a ser aplicado. Na prática, as fases se interligam entre si, de tal forma que essa separação se dá mais para facilitar a compreensão do processo.

Frey (2000) refere-se ao Ciclo das Políticas Públicas como um

modelo interessante para a análise de vida das mesmas por meio de uma sequência de elementos do processo político-administrativo, envolvendo os diversos atores. As fases sequenciais deste processo são descritas por Matias-Pereira (2010) como: formulação, implementação e avaliação das políticas públicas. Pinto (2008) acrescenta que o ciclo tenta explicar a interação entre as intenções e ações entre o ambiente social, político e econômico em contraposição ao governo, assim como desvendar sua relação.

Rua (2009) expõe que a integração entre a complexidade existente na estrutura das políticas públicas é resultante de uma série de atividades políticas que formam um processo político e reproduz as decisões a serem tomadas. Sendo essa útil para analisar os processos político-administrativos, mecanismos e estratégias, comportamento dos diversos atores envolvidos em cada etapa sequencial e interativa do Ciclo das Políticas: formação de agenda, formulação, implementação, monitoramento e avaliação. O ciclo das políticas públicas é descrito na figura 1.

Figura 1 - Ciclo de políticas publicas



Fonte – Elaborado pela autora, 2017.

Ao elaborar o ciclo, Rua (2009) menciona que a formação de agenda consiste na definição das prioridades para o governo reconhecendo-as como problemas políticos a partir da definição do problema e de sua análise. A formação de alternativas e a tomada de decisão ocorrem após a inclusão do problema na agenda, apresentação de propostas para sua solução e conseqüentemente tomada de decisão. A implementação compõe-se de conjuntos de eventos e atividades que acontecem após a definição das diretrizes da política, envolvendo os esforços de administrá-la e o impacto sobre os processos e as pessoas. É na maioria das vezes acompanhada do monitoramento, que consiste em um instrumento cujo objetivo é facilitar a consecução das políticas públicas e de seus objetivos pretendidos. “O estudo da implementação de políticas está relacionado à preocupação de explicar porque de determinadas política alcançam seus objetivos, ou seja, são bem sucedidas e outras não” (MATIAS-PEREIRA, 2010, p.200). O autor ainda menciona que mesmo no processo de implementação, com a adoção e execução de uma política quando não se alcançam os objetivos desejados, é provável que as falhas estejam na formulação destas.

Segundo Rua (2009), a avaliação compõe-se de procedimentos de julgar os resultados da política conforme critérios de valores, enquanto os ajustes são modificações a serem feitas para que sejam obtidos os resultados esperados. “Elaborar uma política pública significa definir quem decide o quê, quando, com que consequências e para quem” (TEIXEIRA, 2002, p.02).

1.1.2 Avaliação de Políticas Públicas

Não existe uma única definição de avaliação de Política Pública. Para Costa e Castanhar (2003), trata-se do exame sistemático e objetivo de um projeto ou

programa, finalizado ou em curso, que contemple seu desempenho, implementação e resultados, tendo em vista a determinação de sua eficiência, efetividade, impacto, sustentabilidade e relevância de seus objetivos. É uma atividade permanente e não restrita à etapa final do ciclo da política pública (que inclui as fases: definição da agenda, formulação, implementação e avaliação), que informa sobre seus avanços e limites. “O propósito da avaliação é guiar os tomadores de decisão, orientando-os quanto à continuidade, necessidade de correções ou mesmo suspensão de uma determinada política ou programa” (Costa e Castanhar, 2003:972).

Segundo Figueiredo e Figueiredo (1986), A avaliação constitui-se na determinação de valor de uma atividade ou programa e estabelece critérios fundamentais para se decidir se uma política deve continuar a ser implementada, caso esteja promovendo desejável distribuição de bem-estar (FIGUEIREDO; FIGUEIREDO, 1986), ou produzindo mudanças nos sistemas econômico e social na direção dos resultados desejados, sendo, assim, preferível a qualquer outra política. Fazendo parte do processo de planejamento de qualquer política pública, a avaliação gera uma retroalimentação que permite escolher entre diferentes projetos de acordo com sua eficácia e eficiência, e, ao cotejar os resultados, possibilita retificar as ações e reorientá-las em direção ao fim postulado (COHEN; FRANCO, 2004, p.73).

Cabe destacar, ainda, que a avaliação de políticas públicas tem um caráter eminentemente político, na medida em que está vinculada ao processo político mais abrangente, às estratégias e aos interesses dos decisores e demais envolvidos (FARIA, 2005). Enquanto momento do processo de análise de políticas públicas, a avaliação incorpora segundo a literatura anglo-saxã, uma dupla natureza: estudo da política (of policy) e para a política (for policy). Por um lado, ela representa

a atividade acadêmica que objetiva um melhor entendimento do processo político; por outro, volta-se à solução de problemas sociais, sendo, portanto, aplicada.

1.2 A Comunicação Pública no Brasil e no Mundo

Segundo Caldas (2004), uma informação que circula através dos meios de comunicação de massa, sejam eles radiofônicos, televisivos, via web ou impressos, e passa a pertencer ao domínio público do cidadão acaba por se tornar uma comunicação pública.

1.2.1 História da Radiodifusão Pública⁴

As televisões públicas têm sua origem no surgimento da televisão na Europa, por iniciativa do Estado. Todas elas - na Alemanha, na França, na Inglaterra e em outros países - nasceram como televisões estatais, controladas pelos governos nacionais. O fortalecimento da democracia e da cidadania, no pós-guerra, impôs o controle público, a participação da sociedade na gestão das emissoras e a criação de conselhos de representantes. Esta é a origem de televisões públicas como a BBC inglesa, a TVE espanhola, a France Télévisión, a RAI italiana, a RTP de Portugal, a ARD e a ZDF, alemãs, entre outras. Os Estados Unidos e o Canadá também têm excelentes TVs públicas, a PBS e a CSA, respectivamente. Na Europa, só mais tarde surgiram as televisões privadas e comerciais. No Brasil, diferentemente, a TV nasceu comercial, cumpriu um excelente papel na integração nacional. Conviveu, a partir de 1964, com TVs estatais criadas pelo regime militar. Só agora, entretanto, surge o esforço para a transformação das TVs estatais federais, em parceria com as

⁴ *Texto extraído do Portal EBC. Disponível em: <http://memoria.ebc.com.br/tv-publica-ebc/tv-publica-no-mundo>. Consulta realizada em 24/03/16. Texto reestruturado de acordo com as normas técnicas da ABNT.*

estaduais, em uma rede pública de televisão, segundo o conceito de que estas devem estar subordinadas à influência e controle da sociedade civil.

O debate sobre a criação de uma TV pública no Brasil sempre foi interdito por governos de plantão, às vezes pela oposição das emissoras comerciais. Hoje, as condições são, pela primeira vez, muito favoráveis. A chegada do país ao padrão digital amplia o espectro de canais disponíveis. O Governo Federal dispôs-se a viabilizar o projeto, cedendo seus canais (TVs do Rio e do Maranhão, canal de São Paulo e Radiobrás) e destinando uma verba orçamentária de R\$ 350 milhões para 2008. Sua empresa de comunicação, a Radiobrás, foi incorporada pela EBC, gestora dos canais públicos (TVs, rádios e Web) ficando o Governo Federal com o canal NBR para a divulgação de seus atos. Existe ainda um grande interesse das emissoras públicas estaduais e das TVs universitárias e comunitárias pela proposta de formarem uma rede com a TV Brasil. As emissoras comerciais, por sua vez, não estão fazendo pressão contra a TV pública. O que elas estão expressando, através da ABERT, é apenas a preocupação, correta por sinal, com a fonte de financiamento: a TV pública não pode e não deve fazer publicidade comercial, de produtos e serviços, o que desvirtuaria sua natureza. E, por fim, existe hoje um grande interesse da sociedade pela criação desta nova televisão, ainda que haja desinformação e confusão com a ideia de TV governamental. A experiência internacional mostra que as TVs públicas são viáveis e podem cumprir um importante papel na oferta de fontes diversificadas de informação e entretenimento. Podem oferecer programação diferenciada, cultural, científica e informativa, em formato que não combina com a programação da TV comercial, pautada pela lógica da publicidade como fonte de financiamento. Por isso é importante conhecer um pouco desta experiência, da história, do funcionamento e do financiamento das TVs

públicas mais importantes do mundo, para melhorias constantes do modelo brasileiro.

1.2.2 Comunicação Pública, Estatal e Governamental

A Comunicação Pública ainda não é um conceito consolidado no Brasil, aonde o termo muitas vezes se confunde com o conceito de comunicação governamental ou estatal.

O termo “Comunicação Pública” vem sendo utilizado no Brasil desde a década de 1970, mas o significado passou por transformações. Na época, o termo foi adotado para diferenciar comunicação privada de comunicação governamental e funcionava como uma espécie de sinônimo para a última. A ideia era criar um novo termo, a fim de desvincular a imagem de regime militar, ditadura, manipulação e persuasão quase sempre relacionada à comunicação estatal, já que com a mudança do regime político, a comunicação também era outra, assumindo caráter mais democrático.

A questão da comunicação pública vem merecendo nos últimos anos grande interesse tanto por parte de estudiosos como do mercado, sobretudo da administração pública, que muitas vezes tenta substituir o que normalmente se caracteriza mais como uma comunicação governamental propriamente dita. Conforme Heloiza Matos (2011, p.44).

o conceito de comunicação pública tem sido invocado como sinônimo de comunicação governamental, referindo-se a normas, princípios e rotinas a comunicação social do governo, explicitadas ou não em suportes legais que regulamentam as comunicações internas externas do serviço público.

Segundo, Jorge Duarte (2011), ao situá-la em um contexto mais amplo, deixa claras essas delimitações. “Comunicação governamental trata dos fluxos de informação e padrões de relacionamento envolvendo o executivo e a sociedade”. Já

“a comunicação pública se refere à interação e ao fluxo de informação vinculado a temas de interesse coletivo”.

Para Matos, é preciso também deixar claro que a comunicação pública tem como principal objetivo promover a cidadania e a participação, aumentando a confiança que os indivíduos possuem no governo, por meio da instauração de espaços públicos de discussão e por meio da valorização do status do cidadão enquanto agente moralmente capaz de elaborar, expressar e justificar suas posições diante dos outros (MATOS, 2009).

No Brasil, a Constituição Federal, em seu Capítulo V, Art. 223, preconiza a complementaridade da radiodifusão pública, estatal e comercial. Porém, não faz distinção sobre o que seria cada uma. Segundo Bucci, presidente da Empresa Brasileira de Radiodifusão (Radiobras) entre 2003 e 2007, radiodifusão comercial é organizada de acordo com os parâmetros da publicidade, com o ritmo repartido pelos intervalos comerciais e incide inclusive na definição dos gêneros de programas, com os índices de audiência exercendo forte pressão sobre os critérios da grade. Na radiodifusão pública, no lugar de audiência, são adotados critérios como a difusão da cultura e da educação, a experimentação estética, a função didática e formativa e a oferta de informação de interesse público. Ele coloca também que falta clareza aos próprios administradores da comunicação para compreender a distinção entre comunicação comercial, pública e também estatal.

Segundo Brandão, atualmente o termo ainda está sendo estudado e não possui definições fechadas, é um campo de estudo e análise. No entanto, existe um ponto em comum entre quase todos os autores, eles entendem a Comunicação Pública como “um processo comunicativo que se instaura entre o Estado, o governo

e a sociedade com o objetivo de informar para a construção da cidadania” (BRANDÃO, 2007, p.9).

Em suma, a comunicação pública exerce papel fundamental na construção da cidadania, ao passo que se estabiliza dentro de um espaço público democratizado e exige participação efetiva do cidadão preservando, assim, o conteúdo da informação e a clareza na troca dessas informações, permitindo que toda a sociedade participe do que pode, realmente, ser chamado de comunicação.

A elaboração e consolidação deste estudo notou-se uma grande dispersão de informações sobre o assunto em todas as fontes pesquisadas, o que dificultou a análise mais aprofundada do tema. Talvez esta seja uma das funções que o centro de pesquisa em comunicação pública poderá exercer como uma de suas atividades fim, à medida que identifica, consolida, e publica informações e pesquisas relevantes sobre comunicação pública no Brasil e no mundo, tornando-se assim, a maior referência sobre o assunto no Brasil.

2 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS DA PESQUISA

Este estudo tem por finalidade realizar uma pesquisa avaliativa tradicional, já que utilizará conhecimento de Política Pública para avaliar o Projeto de criação do Centro de Pesquisas da EBC. De acordo com Faria (2001), em comparação com outras pesquisas, a pesquisa avaliativa possui a característica explícita de atribuição de valor (como justiça social, eficiência, redução de custos, equidade, entre tantos outros), além de ser mais orientada para a decisão (FARIA, 2001).

Lascoumes (1998, p. 24) entende que avaliação tradicional é:

A avaliação tradicional é considerada uma avaliação técnica, enfatiza os efeitos da política, mediante pesquisa do sistema causal que busca explicar o seu funcionamento. Neste tipo de avaliação ocorrem também dificuldades, visto que é a expertise de um ou mais avaliadores, selecionados segundo medidas de performance anteriores que deve garantir a pertinência do conhecimento e dos julgamentos produzidos. A “boa metodologia” guarda relação com o “bom expert”. (LASCOUTES, 1998,24). A ele cabe a responsabilidade da escolha dos métodos, visto como objetivos e neutros.

Segundo Perret (2001), a avaliação é uma atividade polissêmica, que se aplica a objetos diversos: políticas, programas e projetos; em diferentes domínios da ação pública (educação, saúde, meio ambiente, segurança etc.) e em espaços geográficos de abrangência variável (local, regional, nacional e internacional). E, seguindo direta ou indiretamente os passos de Scriven (1967) ressalta que é uma atividade motivada por diferentes finalidades: 1) uma avaliação pode visar esclarecer o planejamento da concepção de um programa ou política; 2) elucidar os seus processos de implementação - avaliação formativa ou corretora e, principalmente; 3) apreender os seus resultados - avaliação de balanço e conclusiva. (SUBIRATS, 1994; PERRET, 2001).

A primeira concepção tem por preocupação principal descobrir as debilidades ou os aspectos problemáticos do planejamento do programa para promover ajustes. A segunda pode ser chamada de estudos de implementação, visto que pretende analisar o funcionamento real do programa e os aspectos a ele relacionados. Visa conhecer as dificuldades e os pontos críticos para favorecer melhorias e aperfeiçoamentos. A terceira busca informações sobre os resultados finais da política ou do programa e, assim, permitir um julgamento sobre o seu valor global e comparar resultados obtidos com objetivos definidos anteriormente. (SUBIRATS, 1994).

Quanto ao agente que avalia e quem participa do processo de avaliação, a avaliação é interna.

Cunha (2006) destaca que a avaliação é interna quando:

Executada dentro da instituição e conta com maior colaboração das pessoas que participam diretamente do programa-projeto. Entre suas vantagens tem-se: a eliminação da resistência natural ao avaliador externo, e a possibilidade de reflexão, aprendizagem e compreensão acerca das atividades institucionais. Já entre as desvantagens pode-se perder muito em objetividade, já que os que julgam estão envolvidos na formulação e execução dos programas. Todavia, se a avaliação interna for realizada por funcionários que não participam diretamente do programa, na tentativa de se diminuir a subjetividade, a situação torna-se análoga à do avaliador externo.

Conforme o momento de realização da avaliação os estudos avaliativos combinarão ambas as análises (*ex ante* e *ex post*) a fim de se comparar o alcance do programa (*ex post*) com as previsões (*ex ante*).

Segundo Cunha (2006), a avaliação *ex ante* é realizada antes do começo de um programa, com o fito de dar suporte à decisão de implementá-lo ou não, e

ordenar os vários projetos segundo sua eficiência para alcançar os objetivos determinados .

Como o Projeto de criação do Centro de Pesquisas da EBC foi encerrado no final do ano de 2016, examina-se também a pertinência do uso futuro da experiência, isto é, se o mesmo tipo de programa deve ser replicado ou não por meio da avaliação ex post.

Após definir o tipo de pesquisa, que é baseado no objetivo geral, o elemento mais importante para definir os procedimentos técnicos utilizados é a coleta de dados que pode ser feita dentre dois grandes grupos de delineamentos: as que se valem de "papel" (pesquisa bibliográfica) e entre outras as que os dados são fornecidos por pessoas (estudo de caso). (GIL, 2002, p. 43)

Pádua (2007, p. 74) entende que "o estudo de caso é considerado um tipo de análise qualitativa, podendo complementar a coleta de dados em trabalhos acadêmicos, ou constituir, em si, um trabalho monográfico".

Na busca por conhecimento sobre políticas públicas, ciclo de políticas públicas, avaliação de políticas públicas, comunicação pública bem como o estudo de caso foi identificada a pesquisa bibliográfica no momento em que se fez uso de materiais já elaborados: livros, artigos científicos , produtos oriundos de entregas de consultores da parceria EBC/UNESCO e documentos eletrônicos.

A pesquisa bibliográfica segundo Marconi e Lakatos (2002) é elaborada a partir de material já publicado constituído de um apanhado de pesquisas realizadas, revestida de importância por serem capazes de fornecer dados atuais e relevantes ao tema em estudo. Sendo composta por fontes primárias e fontes secundárias.

As fontes primárias são os documentos oficiais fornecidos pela Empresa Brasil de Comunicação, artigos e estudos decorrentes da parceria entre a EBC e a UNESCO para a coleta de dados. Ao buscar dados de documentos internos da EBC como leis, relatórios, documentos expedidos por consultores da UNESCO, entre outros, serão obtidas informações a respeito do Projeto de Criação do Centro de Pesquisa, sendo estas correspondentes ao período de estudo. Assim serão analisados o Projeto de Criação do Centro de Pesquisa da EBC.

As fontes secundárias originam-se de artigos científicos, livros, monografias, periódicos, materiais disponíveis na internet, etc. Sendo estas, retiradas principalmente em sites institucionais como MEC, INEP, CNPq e CAPES, além de sites especializados e associações de pesquisadores.

Por meio das fontes secundárias serão coletados dados para a descrição de conceitos a respeito de políticas públicas e informações a estes relacionadas.

O objetivo principal deste estudo de caso foi avaliar a importância da criação do Centro de Pesquisa Aplicada, Desenvolvimento e Inovação em Comunicação Pública na busca da excelência em conteúdos, linguagens, formatos criativos e inovadores, para a formação de estrutura técnica e profissional no campo da Comunicação.

3 ESTUDO DE CASO

O presente trabalho teve como estudo de caso: aprofundar os conhecimentos acerca dos efeitos da criação do Centro de Pesquisa Aplicada em Comunicação Pública no âmbito da estrutura já existente da EBC em consonância com os aspectos já analisados nos artigos e estudos anteriores decorrentes da parceria entre a EBC e a UNESCO o qual será o elemento central para que se tenha uma melhor percepção quanto a nova realidade da comunicação pública brasileira com a criação de um Centro de Pesquisa Aplicada em Comunicação Pública, no âmbito de uma empresa cuja missão precípua é criar e difundir conteúdos que contribuam para a formação crítica das pessoas.

3.1 Local da Pesquisa

3.1.1 Empresa Brasil de Comunicação – EBC

Figura 2 – Linha do tempo



Fonte – Elaborado pela autora, 2017.

A Empresa Brasil de Comunicação - EBC é uma empresa pública criada em 10 de outubro de 2007, por meio de Medida Provisória 398, convertida na lei nº 11.652, de 7 de abril de 2008. A empresa nasceu da fusão da Radiobras com a TVE do Rio de Janeiro. Por sua vez, a Radiobras foi constituída pelo decreto nº 77.698, de 27 de maio de 1976. Em 29 de fevereiro de 1988, a Radiobras incorporou a Empresa Brasileira de Notícias (EBN), nascida em 1979, do “ventre da velha Agência Nacional, que datava da Era Vargas” (BUCCI), quando o nome muda de Empresa Brasileira de Radiodifusão para Empresa Brasil de Comunicação.

O artigo 3º da lei de criação da EBC constitui objetivos dos serviços de radiodifusão pública explorados pelo Poder Executivo ou mediante outorga a entidades de sua administração indireta:

I - oferecer mecanismos para debate público acerca de temas de relevância nacional e internacional;

II - desenvolver a consciência crítica do cidadão, mediante programação educativa, artística, cultural, informativa, científica e promotora de cidadania;

III - fomentar a construção da cidadania, a consolidação da democracia e a participação na sociedade, garantindo o direito à informação, à livre expressão do pensamento, à criação e à comunicação;

IV - cooperar com os processos educacionais e de formação do cidadão;

V - apoiar processos de inclusão social e socialização da produção de conhecimento garantindo espaços para exibição de produções regionais e independentes;

VI - buscar excelência em conteúdos e linguagens e desenvolver formatos criativos e inovadores, constituindo-se em centro de inovação e formação de talentos;

VII - direcionar sua produção e programação pelas finalidades educativas, artísticas, culturais, informativas, científicas e promotoras da cidadania, sem com isso retirar seu caráter competitivo na busca do interesse do maior número de ouvintes ou telespectadores;

VIII - promover parcerias e fomentar produção audiovisual nacional, contribuindo para a expansão de sua produção e difusão; e

IX - estimular a produção e garantir a veiculação, inclusive na rede mundial de computadores, de conteúdos interativos, especialmente aqueles voltados para a universalização da prestação de serviços públicos.” (LEI Nº 11.652, artigo 3º).

No Estatuto Social da EBC, em seu Capítulo II, Art. 3º, Inciso VI, diz que um dos objetivos da Empresa é “buscar excelência em conteúdos e linguagens e desenvolver formatos criativos e inovadores, constituindo-se em centro de inovação e formação de talentos”. Entendeu-se, de início, que essa premissa apontava para a criação de um laboratório de inovação, como chegou a ser incluído no planejamento da EBC. No entanto, em 2012, a EBC assinou um convênio de cooperação com a Unesco para a criação de uma Escola Nacional de Comunicação Pública, independentemente da perspectiva de criação de um laboratório de inovação. Entretanto, na finalização do Planejamento Estratégico da EBC se percebeu a inadequação de se ter um laboratório de inovação apartado do centro de pesquisa, quando então foi promovida a readequação, tornando o laboratório parte constitutiva do Centro.

A EBC é responsável por gerir dois canais de televisão (TV Brasil e TV Brasil Internacional), duas agências de notícias (Agência Brasil e Radioagência Nacional), um Portal Web e oito emissoras de rádio (Rádios Nacional FM Brasília, Nacional Brasília AM, Nacional do Rio de Janeiro AM, Nacional do Alto Solimões, Nacional da Amazônia, MEC FM Rio de Janeiro, MEC AM Rio de Janeiro, MEC AM Brasília).

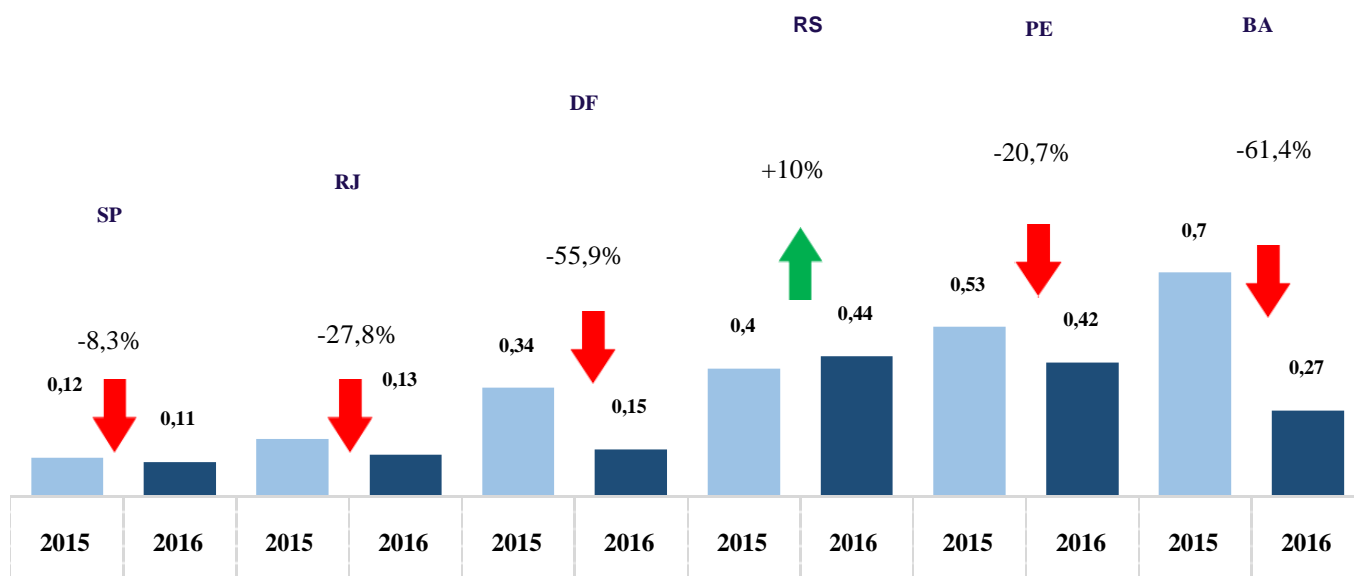
Também tem como papel articular e implantar a Rede Nacional de Comunicação Pública.

Conforme o SUMÁRIO EXECUTIVO EBC (2016), no primeiro semestre de 2016 mais de 28 milhões de pessoas assistiram a programação da TV Brasil no país, considerando a medição do IBOPE em seis praças, São Paulo, Rio de Janeiro, Brasília, Salvador, Recife e Porto Alegre. Foram 2.831 horas no ar, de janeiro a junho, do horário de seis da manhã à meia noite, excluídos os intervalos. O

conteúdo jornalístico teve destaque na TV BRASIL, com participação significativa na grade da emissora – 22,3%. Comparado ao mesmo período do ano anterior, verifica-se aumento de 14,3%. Política, economia, esporte e saúde estão entre as temáticas mais disseminadas no semestre.

Por fim, o resultado decorrente da execução das áreas e dos veículos da EBC em relação à audiência registra-se que a TV Brasil, no 1º semestre de 2016, apresentou leve crescimento na Praça Porto Alegre, comparando ao resultado do mesmo semestre de 2015. Nas demais praças ocorreram o inverso, queda na audiência ao se comparar esses dois períodos, conforme demonstrado no gráfico 1 abaixo:

Gráfico 1 – Audiência da TV Brasil - 1º Semestre de 2015 x 2016



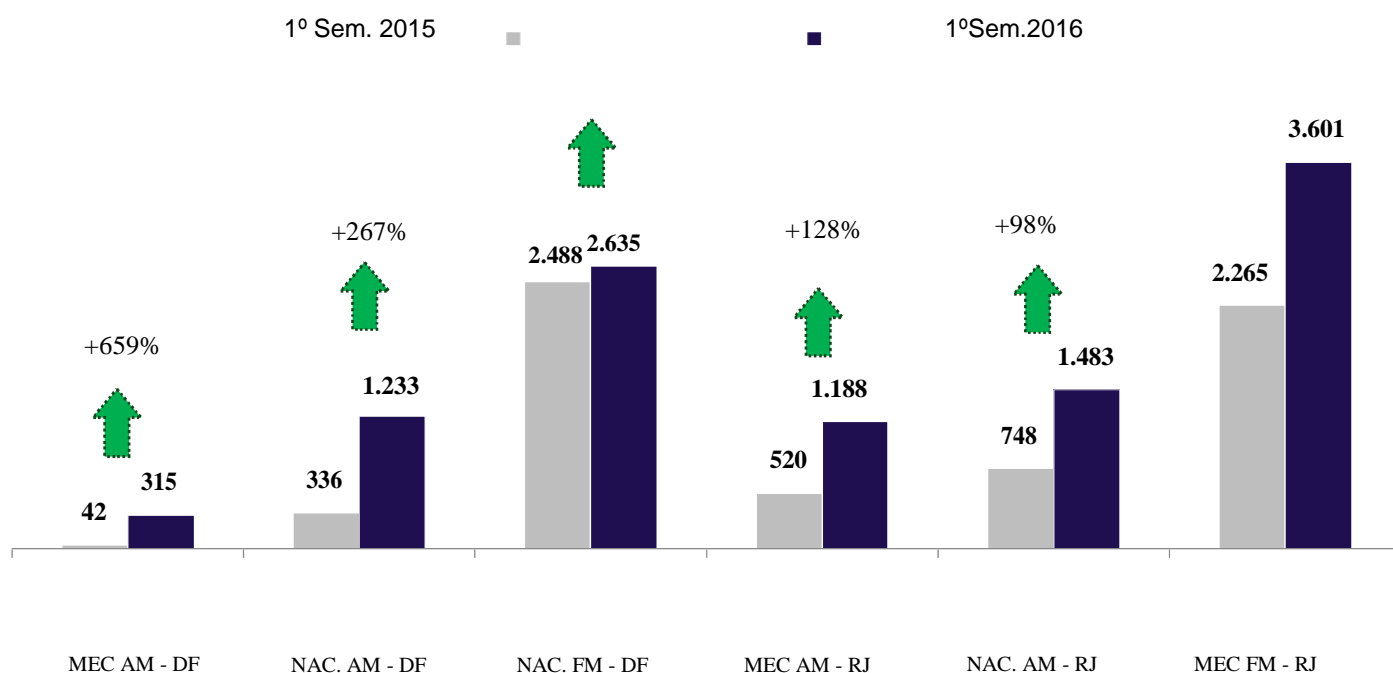
Fonte: IBOPE/MediaWorkstation/Gráfico mensurados de 7h às 24h

Assim como a TV Brasil, as Rádios EBC ofereceram 24 horas diárias de conteúdo informativo, educativo, de utilidade pública, cultural, musical e colaborativo ao ouvinte brasileiro. São sete rádios que, juntas, levaram informação aos ouvintes

brasileiros no 1º semestre: Nacional FM Brasília, Nacional Rio AM, Nacional Alto Solimões, Nacional Brasília AM, Nacional Amazônia, MEC FM –Rio e MEC AM Rio.

As sete emissoras continuam com melhora na audiência. O número de ouvintes, que já se apresentou bem superior no 1º trimestre deste ano, fechou o semestre seguindo a mesma tendência. Os números são superiores ao mesmo período do ano passado, conforme se observa no gráfico 2 abaixo, e ao lado as metas estratégicas definidas para as rádios EBC:

Gráfico 2- Audiência das Rádios 1º Semestre 2015 x 2016



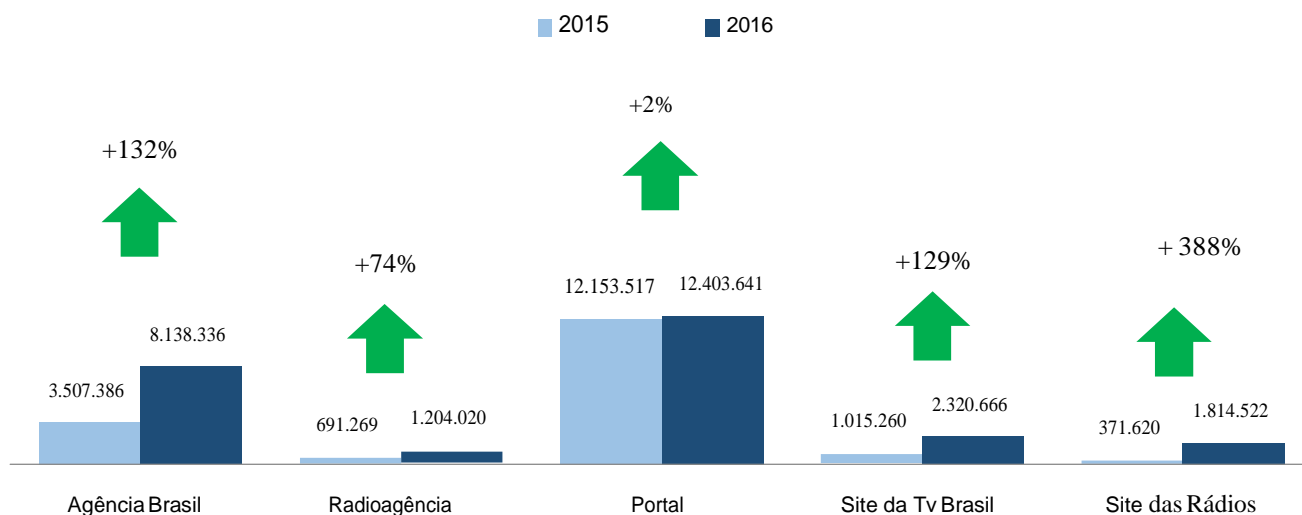
Fonte: IBOPE/MediaWorkstation/Gráfico mensurados de 7h às 24h

A EBC leva conteúdo ao cidadão também por meio da internet. A Agência Brasil, a Radioagência Nacional, o Portal EBC e os perfis nas mídias sociais, têm apresentado números expressivos de audiência, evidenciando a credibilidade do conteúdo disponibilizado.

A Agência Brasil é um portal público de notícias, atualizado 24 horas por dia. Sua audiência já atingiu 83% da meta prevista no ano, tendo obtido, no

semestre, mais de 8 milhões de usuários únicos. O resultado reflete o início do trabalho dos correspondentes tanto no exterior – Estados Unidos e Portugal – como no Brasil, nas cidades de Salvador, Recife, Belo Horizonte e Porto Alegre, que se uniram aos profissionais já baseados em Fortaleza e Manaus. Os veículos da Web, Agências, Portal e Sites, apresentaram variações positivas ao comparar o 1º semestre de 2016 com o mesmo período de 2015. O maior crescimento ocorreu no site das rádios, que aumentou consideravelmente o número de visitantes. Esse fator está diretamente relacionado com o avanço da audiência também nos programas das rádios e as ações integradas para promoção dos veículos de rádio e Web. O gráfico 3 abaixo registra essas variações:

Gráfico 3- Audiência da Web EBC - 1º Semestre de 2015 x 2016



Fonte: Superintendência de Agências e Conteúdos Digitais – SUADI - EBC

Consolidar a comunicação pública, por meio do fortalecimento da Rede Nacional de Comunicação Pública de TV e Rádio, é uma das estratégias da EBC.

Para tanto, além da busca do aumento das adesões, o objetivo é aprimorar as compreensões acerca do compartilhamento de conteúdos com as emissoras parceiras, de modo a buscar maior alinhamento com os propósitos da Comunicação Pública.

3.2 Coletas de dados

3.2.1 Centros de Pesquisa em Comunicação Pública no mundo

Existem inúmeras iniciativas bem sucedidas de comunicação pública no mundo, que desenvolvem pesquisas e/ou treinamentos em radiodifusão. Estados Unidos, Inglaterra e Japão podem ser considerados modelos globais de sucesso a serem estudados e seguidos em termos de pesquisa e treinamento em radiodifusão pública de qualidade. Podemos citar, por exemplo, a BBC (British Broadcasting Channel) na Inglaterra, a PBS (Public Broadcasting Service) nos Estados Unidos e NHK (Japan Broadcasting Television), como casos de sucesso de grande impacto social e de aceitação pública, na qual se observa aspectos relativos às atividades de treinamento, pesquisa e inovação.

Neste sentido, o levantamento de sua história, diferenciais competitivos, centros de pesquisas, treinamentos corporativos, etc. Estas informações são importantes, na medida em que nos permite uma análise de suas práticas e modelos de gestão, que podem balizar a implementação do Centro de Pesquisa Aplicada da EBC, ultrapassando a dimensão teórica que prevalece nas universidades e grupos de pesquisa no Brasil.

3.2.1.1 PBS – Public Broadcasting Service



A PBS é uma instituição privada sem fins lucrativos, fundada em 1969, constituída por 350 estações de televisão públicas americanas, com licenciamento educativo não- comercial e que transmite sua programação a todos os 50 estados americanos, Porto Rico, Ilhas Virgens Americanas, Guam e Samoa Americana.

A PBS americana é na verdade uma federação de emissoras públicas e independentes. A direção executiva tem 11 membros e é presidida por um dos membros do Conselho Diretor, que por sua vez é composto por 27 representantes das 350 emissoras associadas. O Congresso destina verbas importantes para seu financiamento. (Empresa Brasil de Comunicação, 2014).

Sua missão é criar conteúdo que educa, informa e inspira as pessoas. Para fazer isso, oferecem uma programação que expande as mentes das crianças, documentários que abrem novos mundos, programas de notícias não-comercializados que mantêm os cidadãos informados sobre os acontecimentos mundiais e programas que exibem para os cidadãos, o mundo da música, teatro, dança e arte.

Nos Estados Unidos, a PBS tem alcançado êxito e reconhecimento pela qualidade de sua programação, focada em três vertentes: comunidade, escolas e famílias. A TV é assistida por aproximadamente 217 milhões de pessoas por ano, e tem se tornado, o maior provedor de material didático de apoio à educação pública no país, na qual é compartilhado online através de seu canal.

A emissora também é reconhecida nos Estados Unidos como a marca número um quando se trata de programação infantil e educativa. A credibilidade é outro diferencial da marca. A PBS é considerada a instituição pública mais confiável pela população dos Estados Unidos por 11 anos consecutivos. Outro dado que chama atenção é o nível de aceitação da programação, que possui audiência maior que grande parte dos grupos comerciais do país e chega a alcançar 90% das residências americanas no decorrer do ano. Quando se trata de programação

infantil, 80% das crianças entre 2 e 8 anos de idade assistiram aos programas da PBS em 2013. (Nielsen NPower, 2013).

Segundo Silva (2009, p.140), se levarmos em consideração todo o sistema de radiodifusão pública nos Estados Unidos, os números são ainda mais expressivos:

O sistema de radiodifusão pública estadunidense é composto por mais de 1.200 organismos, sendo aproximadamente 860 estações locais de rádio, 350 estações locais de TV e 35 organizações voltadas para produção, distribuição, promoção ou financiamento da radiodifusão pública. (SILVA, 2009, p.140).

Estes dados demonstram, que um sistema de radiodifusão pública de qualidade pode se tornar um grande diferencial competitivo de um país no processo de educação e democratização da informação, do conhecimento e da cultura.

Centro de Pesquisa e Inovação - A PBS é uma instituição que valoriza a pesquisa como insumo para mensurar o impacto de seus produtos e serviços junto a seus públicos estratégicos. Uma constatação interessante é que a emissora trabalha com uma metodologia pautada em pesquisas de mercado para mensurar níveis de audiência, satisfação e de engajamento de seus telespectadores, a fim de melhorar continuamente sua atuação no segmento de radiodifusão pública. Também procura analisar qual o impacto das soluções educacionais (programas educativos, vídeos, jogos e aplicativos mobile) na aprendizagem das crianças e no desempenho dos professores que utilizam seus conteúdos em sala de aula, dando assim, credibilidade ao trabalho desenvolvido pela emissora junto aos públicos estratégicos.

Ao analisar a base de pesquisas da PBS, fica claro que o grande foco está em desenvolver soluções educativas em diversos formatos (audiovisuais, jogos interativos e conteúdo digital) ofertados em suas diferentes plataformas. As

referências e publicações encontradas não contemplam aspectos técnicos relativos à radiodifusão e desenvolvimento de novas tecnologias. Os principais temas de pesquisa, desenvolvimento e inovação referem-se ao impacto de seus programas televisivos, aplicativos e jogos na melhoria da educação infantil e na formação cultural de seus telespectadores. Talvez em função das inúmeras empresas e universidades especializadas no desenvolvimento de tecnologias de radiodifusão, forçou a PBS a atuar especificamente no desenvolvimento de soluções educativas e culturais, focando seu posicionamento mercadológico nestas áreas.

Pais, professores e demais pessoas que utilizam os programas e jogos educativos da PBS para aprendizagem, estão convencidos de que as histórias e personagens que as crianças admiram, oferecem muito mais do que simples diversão. Estes programas televisivos e seus personagens são construídos com base em pesquisas científicas sobre como as crianças aprendem, contribuindo assim, para o desenvolvimento da aprendizagem das mesmas.

Neste sentido, as pesquisas mais significativas realizadas pela PBS referem-se ao projeto Ready to Learn (Pronto para aprender). Esta é uma iniciativa da PBS em parceria com o Departamento de Educação dos Estados Unidos, para contribuir com o desenvolvimento de habilidades de leitura em crianças, utilizando técnicas bem sucedidas de pesquisa.

Os principais pesquisadores dos Estados Unidos estão trabalhando em parceria com a PBS para fornecer uma base confiável de informações sobre alfabetização precoce, o impacto da pobreza no desempenho escolar e o papel da mídia eletrônica no processo de ensino-aprendizagem. Inúmeras universidades cooperam com os projetos de pesquisa da PBS, participando diretamente dos

programas de pesquisa ou publicando os resultados de pesquisas independentes sobre tecnologia e educação em revistas, congressos e/ou artigos científicos.

3.2.1.2 BBC – British Broadcasting Channel



A BBC – British Broadcasting Channel é uma televisão pública do Reino Unido que se tornou referência mundial de gestão e inovação na prestação de serviços de radiodifusão de qualidade. Fundada em 1922, a empresa consolidou a sua marca no mercado como o melhor serviço de radiodifusão pública do mundo. Além de programas televisivos e jornalísticos, a emissora se destaca por desenvolver inúmeros produtos midiáticos comercializados no mundo inteiro, além de soluções educacionais, como documentários e cursos de Inglês. Uma breve descrição de seu modelo de gestão nos é apresentado na citação abaixo:

A mais conhecida e admirada das tevês públicas do mundo, a BBC inglesa, é dirigida por uma diretoria executiva, nomeada por um conselho composto por 12 pessoas representativas da sociedade. Formalmente o conselho é nomeado pela rainha, mas, na prática, os nomes são indicados pelo primeiro- ministro. Os conselheiros são personalidades independentes, sem vínculos com organizações e com a TV comercial. (Empresa Brasil de Comunicação, 2014).

A BBC estabelece que o seu papel na sociedade é servir aos interesses públicos através da informação, educação e entretenimento.

Com base no planejamento estratégico da BBC, podemos perceber que a empresa tem focado suas ações para manter-se na liderança global da radiodifusão pública. Para tanto, busca sempre, resgatar sua missão e sua identidade com base na inovação de processos e no desenvolvimento de produtos e serviços de alta qualidade, a fim de manter o alto valor agregado de sua marca e seu prestígio internacional.

A variedade e a qualidade da programação da BBC tornam-se grandes diferenciais competitivos da emissora, na qual mantém sua liderança global em radiodifusão pública, pautada em inovação e criatividade. A porcentagem de pessoas no Reino Unido que utilizam os serviços de tevê, rádio ou serviços online da BBC por semana, chega a alcançar 96% dos adultos. O tempo médio gasto semanal assistindo ou utilizando os serviços da emissora é de 18.5 horas.

A BBC é constituída por 10 canais próprios no Reino Unido, porém, possui grande apelo internacional, na qual atinge mais de 200 países com seus produtos e serviços licenciados em todo o mundo. O treinamento de seus colaboradores, parceiros e profissionais de mercado, se dá mediante atuação da BBC Academy que oferece cursos presenciais e a distância para profissionais que atuam na televisão, rádio, jornalismo, novas mídias, além de cursos técnicos para desenvolver habilidades operacionais para quem trabalha no segmento de radiodifusão, entretenimento e comunicação.

Centro de Pesquisa e Inovação - A pesquisa está presente na história da BBC desde os seus primórdios em 1930, quando se iniciaram estudos para diminuir os ruídos do som do microfone. Dentre os avanços proporcionados por esta emissora, podemos citar a primeira transmissão transatlântica de tevê em 1950, a utilização da rádio digital em 1990 e da tevê digital em alta definição em 2000, o que demonstra que a BBC sempre esteve à frente de seu tempo e de seus concorrentes, em termos de inovação, pesquisa e criatividade.

Em relação à pesquisa científica e acadêmica, a BBC possui um centro de pesquisa e tecnologia (BBC Research & Development) que lhe permite realizar pesquisas inovadoras que impactam no segmento da radiodifusão. Seus estudos são focados na melhoria de recursos e processos de engenharia, softwares,

tecnologia e sistemas de gestão de negócios aplicados à radiodifusão e seus desafios atuais. Também há estudos e pesquisas científicas sobre o impacto e a utilização de novas plataformas digitais.

Este papel de pesquisa e inovação assumido pela BBC na indústria da radiodifusão não é acidental. Todos os projetos de pesquisa são financiados unicamente por taxas de licença (licence fee) paga pelos cidadãos do Reino Unido. O Centro de Pesquisa e Desenvolvimento da BBC é pautado no estatuto da empresa, que mediante parceria com o Governo do Reino Unido, se tornou um centro de excelência em pesquisa e desenvolvimento da radiodifusão e da distribuição eletrônica de som, imagem e de materiais audiovisuais. De acordo com a cláusula 87 do Capítulo Real, temos a pesquisa como uma obrigação da BBC:

O Conselho Executivo deve assegurar que a BBC realize atividades de pesquisa e desenvolvimento para a promoção dos propósitos públicos da BBC, a fim de manter o posicionamento da BBC como centro de excelência em pesquisa e desenvolvimento em radiodifusão e outros meios, da distribuição eletrônica do som, da imagem, de audiovisuais, e tecnologias relacionadas. (Royal Charter, Cláusula 87).

Quanto aos processos operacionais, não há centralização. O centro de pesquisa é distribuído em laboratórios do norte ao sul do país. Possuem três laboratórios próprios e inúmeros projetos em parceria com universidades e empresas. O departamento é composto por mais de 200 pesquisadores de alto desempenho em diversas áreas de atuação: engenheiros, cientistas, etnógrafos, designers e produtores, trabalhando em todos os aspectos da radiodifusão, do comportamento do consumidor à produção, distribuição e avaliação dos próprios programas ofertados pela emissora.

Outra peculiaridade do Centro de Pesquisa e Desenvolvimento da BBC é seu aspecto colaborativo em pesquisas e transferência de tecnologia. No portal e nos documentos da empresa, esta dimensão possui grande relevância:

Nosso trabalho é melhor desenvolvido quando colaboramos com outros e isto beneficia a toda indústria, e por isso, continuamos a buscar novas parcerias com universidades, empresas e outras emissoras nas quais podemos compartilhar conhecimento, trocar experiências das melhores práticas, a fim de desenvolver a nova geração de sistemas e padrões. (BBC, 2015).

Todas as atividades propostas pela BBC, tanto em relação aos conteúdos de sua programação quanto às pesquisas realizadas, pautam-se em sua missão institucional e nos objetivos estratégicos da organização. A empresa preocupa-se em continuar relevante para seu público-alvo, principalmente, em função das novas tecnologias e das novas plataformas digitais, que desafiam a experiência da radiodifusão a todo o momento.

A pesquisa acadêmica pautada em publicações científicas também é uma atividade com grande impacto nas atividades do centro de pesquisa. No portal de Pesquisa e Desenvolvimento da BBC, podemos encontrar mais de 2.163 monografias, relatórios, livros e teses de pesquisa sobre temas relevantes relacionados ao negócio da empresa, e que são disponibilizados para consulta pública.

3.2.1.3 NHK – Japan Broadcasting Television



A radiodifusão pública e comercial no Japão tem se desenvolvido de maneira equilibrada ao longo de sua história. Em termos gerais, a origem da NHK remonta aos tempos da antiga Tokyo Broadcasting Station, primeira estação de rádio japonesa, fundada em 1925. Esta iniciativa foi incorporada como projeto

nacional de radiodifusão, que baseada na Lei da Radiodifusão de 1950, se tornou oficialmente, a única empresa de radiodifusão pública do Japão. A NHK também foi a primeira estação de televisão a ser estabelecida em território japonês, em 1953.

A NHK opera quatro canais de televisão no Japão: TV Geral, Educacional, BS 1 e BS Premium. Também possui três estações de rádio: Rádio 1, Rádio 2 e FM. Tem como principais produtos e serviços, programas de rádio e tevê que divulguem os valores e a cultura japonesa.

Atualmente, a NHK efetua transmissões dentro do território japonês através de 4 canais de TV e outros 3 de rádio. Os canais de TV Geral e Educativa, que formam o núcleo do serviço de transmissão terrestre de TV, e os 3 canais de rádio oferecem notícias, programas educativos, entretenimento familiar, entre outros. Já os 2 canais via satélite possuem uma programação flexível que engloba uma ampla gama de temas. Somando-se a isso, a NHK WORLD efetua serviços de transmissão internacional (NHK, 2014).

A programação da emissora é bastante diversificada, com programas jornalísticos, culturais, esportivos, documentários, tecnologia, viagens, temas atuais etc. Utilizam um sistema de classificação dos programas muito interessante, que ajuda o usuário a identificar e classificar os programas por cores.

A empresa também disponibiliza aplicativos para smartphones e tablets para os serviços de rádio e televisão digital, incorporando as novas tendências de consumo digital de seus públicos estratégicos.

Em termos operacionais, a empresa possui aproximadamente 10 mil funcionários em regime de dedicação integral. A gestão profissional da emissora tem proporcionado a sustentabilidade financeira dos projetos e pesquisas da NHK no Japão, mantendo sua reputação no cenário global como uma das instituições públicas mais inovadoras e respeitadas do mundo, principalmente em relação às tecnologias digitais aplicadas à radiodifusão.

Centro de Pesquisa e Inovação - A cultura japonesa incentiva a pesquisa e a inovação nas organizações. Na NHK esta é uma realidade presente desde a década de 40, com a inauguração da NHK Broadcasting Culture Research Institute.

O Instituto de Pesquisa Cultural foi a primeira iniciativa de um centro de pesquisas operada por uma empresa de radiodifusão no mundo. O instituto observa os vários aspectos da radiodifusão, incluindo o uso da língua japonesa, pesquisas de opinião pública, análise de dados e o desenvolvimento de outras emissoras ao redor do mundo (benchmarking). Pesquisadores também compartilham seus conhecimentos e pesquisas através de apresentações, publicações e sites científicos, contribuindo assim com a melhoria constante da programação, da gestão da emissora, da tecnologia, do planejamento e da produção da NHK.

O instituto desenvolve uma série de atividades de investigação e pesquisa. Os resultados, contribuem na melhoria da programação e produção de programas da NHK, bem como, impactam no avanço do serviço público de radiodifusão. O Instituto sugere como a radiodifusão pode se adaptar às novas tendências da comunicação digital e analisa os novos serviços de radiodifusão neste contexto.

A instituição possui o maior acervo de publicações e programas de tevê e rádio do Japão, com mais de 20.000 itens, além de 7000 documentos e livros sobre a história da radiodifusão. Este acervo é parte integrante do Museu de Radiodifusão da NHK.

Os resultados de estudos realizados no Instituto são compilados não só para uso interno de programas e treinamentos da NHK, mas também, são disponibilizados para o benefício da sociedade em geral.

3.2.2 Centros de Pesquisas em Comunicação Pública no Brasil.⁵

Segundo Silva (2014), ao analisar o contexto brasileiro quanto à pesquisa em comunicação encontram-se inúmeras iniciativas referentes ao tema. Na prática, o conceito de centro de pesquisa refere-se a todo o esforço de um grupo de pesquisadores para fins de discussão e geração de conhecimento. Porém, o formato, a composição e as exigências para o financiamento de cada órgão e/ou empresa financiadora é quem define as especificidades de cada centro de pesquisa para se adequar ao padrão exigido. O estudo apresenta algumas iniciativas bem sucedidas no Brasil. No entanto, quanto à comunicação pública, há poucos grupos de estudos e/ou centros de pesquisa que tratam especificamente deste tema, visto que focam suas atividades em eventos esporádicos e/ou iniciativas interdisciplinares sobre esta temática. Sendo assim, para melhor compreensão das iniciativas de pesquisa em comunicação existentes no Brasil, serão utilizadas algumas categorias para melhor definir suas características:

Sociedades Científicas - As sociedades científicas de comunicação no Brasil congregam esforços de pesquisa em torno de temas específicos tais como: Jornalismo Científico, Semiótica, Cibercultura, Cinema, etc. São geralmente iniciativas sem fins lucrativos que pretendem contribuir para a difusão da pesquisa e do conhecimento científico no país. São constituídas por profissionais e pesquisadores, que se encontram anualmente para a realização de congressos científicos e a publicação de livros e artigos pertinentes à sua área de atuação. Abaixo, segue a relação das principais sociedades de comunicação e temas afins,

⁵ **Texto extraído do Portal** SOCICOM. *Anuário Brasileiro das Ciências da Comunicação*, 2013. Disponível em: <http://www.socicom.org.br/anuario2013.pdf>

identificadas no Brasil, de acordo com o Anuário Brasileiro das Ciências da Comunicação 2013. Nenhuma das associações identificadas, aborda de maneira exclusiva a temática da Comunicação Pública e Radiodifusão.

Associação Brasileira de Jornalismo Científico (ABJC) - É uma associação sem fins lucrativos que congrega jornalistas e integrantes de outras profissões que, como colaboradores, contribuem para a divulgação científica, educativa e tecnológica no país.

Associação Brasileira de Estudos Semióticos (ABES) - A ABES tem como objetivos congregar estudiosos na área de semiótica, promover o desenvolvimento das teorias semióticas no Brasil e promover o intercâmbio de pesquisas e estudos orientados pelas abordagens semióticas.

Associação Brasileira de Pesquisadores de Comunicação Organizacional e Relações Públicas (Abrapcorp) - Tem por finalidade estimular o fomento, a realização e a divulgação de estudos avançados dessas áreas no campo das Ciências da Comunicação.

Associação Brasileira de Pesquisadores da História da Mídia (Alcar) - A associação pretende retomar o trabalho realizado, no início do século XX, pelo historiador Alfredo de Carvalho, que realizou a primeira pesquisa integrada sobre a imprensa brasileira.

Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação (Intercom) - A Intercom é uma instituição sem fins lucrativos, destinada ao fomento e à troca de conhecimentos entre pesquisadores e profissionais atuantes no mercado. Estimula a produção científica entre mestres, doutores alunos e recém-graduados em comunicação. Preocupa-se com o compartilhamento de pesquisas e

informações de forma interdisciplinar, e para isso promove um Congresso Nacional, considerado o maior e de mais prestígio na área de pesquisa em Comunicação.

Associação Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo (SBPJor) -

Esta associação criada em 2003, agrega estudiosos em jornalismo e tem como propósito atuar em conjunto com todas as demais associações científicas, acadêmicas e profissionais já existentes e pretende estimular a articulação de uma rede nacional de pesquisadores em jornalismo a fim de que se possa constituir um lugar privilegiado, tanto para a apresentação de trabalhos, quanto para a formação de redes para pesquisas específicas.

Associação Brasileira de Pesquisadores em Publicidade (ABP2) - A

ABP2 surgiu em 2010 e tem como objetivos fortalecer a Comunicação e a publicidade como campos do saber, desenvolvendo ações para sua consolidação, como grande área de conhecimento, perante a comunidade acadêmica e aos órgãos gestores de ciência e tecnologia, representar os associados junto às instituições responsáveis pelas políticas públicas de ciência e tecnologia, aos órgãos reguladores e avaliadores do ensino superior e às agências de fomento à pesquisa científica, artística e tecnológica no país (...).

Capítulo Brasil da União Latina de Economia Política da Informação, da Comunicação e da Cultura (ULEPICC – Brasil) - Fundada em março de 2004, é uma associação civil, sem fins lucrativos que visa reunir pesquisadores e profissionais atuantes na área de Economia Política da Comunicação, da Informação e da Cultura.

Associação Brasileira de Pesquisadores em Cibercultura (ABCiber) -

Tem como objetivo reunir professores e profissionais da área de jornalismo para

debater e encaminhar propostas sobre questões inerentes à formação do jornalista profissional.

Folkcomunicação (Folkcom) - É uma organização não governamental que busca o desenvolvimento de atividades ligadas a Folkcomunicação. A Rede realiza anualmente uma Conferência Internacional que reúne centenas de participantes. Nos últimos anos, seus trabalhos são voltados não só para unir os muitos pesquisadores do Brasil como também para estimular a adesão de interessados provenientes de outros países.

Fórum Brasileiro de Ensino de Cinema e Audiovisual (Forcine) - É uma sociedade civil sem fins lucrativos que congrega e representa de forma permanente as instituições e os profissionais brasileiros dedicados ao ensino de cinema e audiovisual. Visa o desenvolvimento e o fortalecimento dessa atividade. Entre os eixos de ação prioritários do Forcine está o reconhecimento pelos agentes da indústria audiovisual e pelo poder público do papel fundamental das escolas de cinema e audiovisual como geradoras de inovação e qualificação capazes de fortalecer o setor e, também, como produtoras de conteúdo.

Sociedade Brasileira de Profissionais e Pesquisadores de Comunicação Política e Marketing Político (POLITICOM) - Iniciada em 2002, tem como missão promover a discussão sobre a importância da comunicação política e do marketing eleitoral, sistematizar os conhecimentos na área e promover a convergência entre acadêmicos e profissionais da área.

Sociedade Brasileira de Estudos de Cinema e Audiovisual (Socine) - Criada em novembro de 1996 com o objetivo de promover o intercâmbio e a realização de pesquisas e estudos de cinema em suas mais diferentes

manifestações, incentivando a troca de ideias e reflexões sobre cinema e audiovisual no Brasil.

3.2.3 Evidências da ascensão da mídia Pública.⁶

Segundo Carvalho (2016), a situação da mídia pública brasileira tem fomentado importantes debates acadêmicos, impulsionados pelas iniciativas em esferas governamentais, da sociedade civil ou acadêmica. Em 1998, algumas das principais emissoras ligadas diretamente a governos estaduais do Brasil criaram a Associação Brasileira das Emissoras Públicas, Educativas e Culturais (ABEPEC). Um ano depois, foi constituída a Rede Pública de Televisão, em que as emissoras associadas transmitem, em tempo real, uma programação de alto nível, para todo o território nacional. Dentre os principais objetivos, previa-se

Congregar emissoras públicas que operam exclusivamente a radiodifusão de conteúdo de natureza educativa, sem fins lucrativos; definir e implementar projetos estratégicos para o fortalecimento financeiro, a atualização tecnológica e o aperfeiçoamento da programação das associadas; e representar os interesses da televisão educativa e cultural perante os poderes constituídos (ABEPEC, s./d.).

Em 2006, realizou-se o I Fórum Nacional de TVs Públicas, a partir do qual foi publicado o “Diagnóstico do Campo Público de Televisão”, organizado pelo Ministério da Cultura. O documento traça a política do Governo Federal para a constituição de uma rede nacional pública que tem como principal motor a Empresa Brasil de Comunicação (EBC). Também se estabelecem diretrizes para as emissoras não comerciais e não comunitárias. Dentre elas estão: 1) à forma de gestão (editorial e administrativa), que deve caber à sociedade e não ao governo; 2)

⁶ Texto extraído do Portal INTERCOM- rbcc. CARVALHO, Guilherme. **Um Retrato da Pesquisa em Mídia Pública no Brasil**. São Paulo, v.39, n.3, p.135-153, set./dez. 2016. Disponível em: http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1809-58442016000300135

aos fins (não-comerciais); 3) à universalidade de acesso; e, também, 4) ao compromisso de sua programação com os valores da democracia e dos direitos humanos (DIAGNÓSTICO..., 2006).

O tema também passou a fazer parte das pautas de organizações ligadas à luta pela democratização dos meios de comunicação mais recentemente. Em sua proposta de “Lei da Mídia Democrática”, elaborada durante o “Seminário Desafios da Liberdade de Expressão”, em 2012, o Fórum Nacional de Democratização da Comunicação (FNDC) traz a defesa de um fundo público composto por parte de impostos captados de emissoras privadas para custear as emissoras públicas do país, permitindo que elas se estruturem sem depender da venda de anúncio publicitário ou de interesses empresariais.

A Federação Nacional dos Jornalistas (Fenaj) aprovou, em seu último congresso, realizado em 2014, uma tese na qual reconhece como positivo os esforços do Governo Federal no investimento na EBC .

Em 2013, a Rede de Pesquisadores em Telejornalismo (Telejor), ligada a Associação Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo (SBPJor), e composto por pesquisadores de diferentes instituições de ensino, publicou o resultado de uma minuciosa pesquisa sobre a qualidade da programação de emissoras públicas, entre elas a EBC. O trabalho, ao que tudo indica, tem tido continuidade e é custeado por instituições de fomento à pesquisa como o Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq).

Outro trabalho que merece reconhecimento no campo acadêmico é o que realiza o Coletivo Intervozes, que reúne intelectuais, profissionais e ativistas no debate sobre direito à comunicação no Brasil.

Utilizando a busca do Diretório de Grupos de Pesquisa do Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq), é possível encontrar uma lista de grupos e/ou linhas de pesquisa certificados cujas temáticas incluem a “comunicação pública” e a “TV pública”. Partindo do conceito de mídia pública exposto inicialmente, verifica-se a existência de nove grupos de pesquisa no Brasil, aos quais estão vinculadas 15 linhas nas quais a mídia pública constitui-se como objeto de estudo.

O Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação (INTERCOM), promovido anualmente, também apresenta um crescimento e uma consolidação na quantidade de artigos publicados nas “Divisões Temáticas” sobre mídia pública.

3.2.4 Grupos de Pesquisa em Comunicação Pública e Radiodifusão no Brasil

Segundo critérios da Capes/CNPq, “grupo de pesquisa é a denominação atribuída ao grupo de pesquisadores e estudantes que se organizam em torno de uma ou mais linhas de pesquisa de uma área do conhecimento, com o objetivo de desenvolver pesquisa científica” (UFES, 2015). Para fins de organização das pesquisas desenvolvidas no país, foi proposto um diretório nacional com informações sobre o trabalho desenvolvido por pesquisadores em todas as áreas de atuação.

O Diretório dos Grupos de Pesquisa no Brasil constitui-se em bases de dados que contém informações sobre os grupos de pesquisa em atividade no País. O Diretório mantém uma base corrente, em que informações são atualizadas, continuamente, pelos líderes de grupos, pesquisadores, estudantes e dirigentes de pesquisa das instituições participantes, e o CNPq realiza censos bianuais, que são fotografias dessa base corrente. (CNPq, 2016)

No quadro abaixo, identificamos as principais linhas de pesquisa em comunicação pública e radiodifusão em atuação no Brasil, tendo em vista as

iniciativas de parceria e foco em temas não abordados por outras instituições de ensino e institutos de pesquisa:

Quadro 1 - Lista de grupos e linhas de pesquisa sobre mídia pública

Grupo de pesquisa	Linhas	Área de concentração	Instituição	Ano
Núcleo de Comunicação Pública e Política	Comunicação Política	Comunicação	UFRGS	2008
	Comunicação Pública, política e sociedade			
	Comunicação Pública e Política			
A TV pública/digital e a produção de conteúdos ficcionais como fatores de transformação sócio-cultural	Novos conteúdos dramáticos teatrais e audiovisuais	Comunicação	UFF	2008
	O conteúdo ficcional/dramatúrgico na tv pública como paradigma de transformação socio-cultural			
Grupo de Pesquisa em Comunicação, Política e Tecnologia - Ponte	Eleições, Tecnologia e Comunicação Pública	Ciência Política	UFPR	2010
Relações Públicas e Cidadania	Relações Públicas e Comunicação Pública	Comunicação	UEL	2011
Observatório da Radiodifusão Pública na América Latina	Cidadãos e Meios Públicos	Comunicação	UNB	2011
	Diversidade e processos participativos em emissoras públicas de rádio e TV			
	Radiodifusão pública e os desafios da comunicação digital			
	Radiodifusão Pública na América Latina			
Comunicação, Cultura e Política	Políticas e Estratégias em Comunicação Pública	Comunicação	Unifap	2013
Grupo de Pesquisa Discurso, Comunicação e Democracia	Comunicação e Política	Comunicação	UTFPR	2015
Produção de conteúdo e participação social em comunicação pública	Análise crítica do discurso das mídias públicas	Comunicação	EBC	2016
Memória, Informação e Comunicação	Gestão, tratamento e disseminação da informação	Comunicação	EBC	2016
	História, Memória e Comunicação Pública			

Fonte: Congressos..., s./d.

O quadro 1 pode ser lido não apenas como evidência do pouco tempo da pesquisa na área no Brasil, mas principalmente como amostra do crescimento do interesse dos pesquisadores, sobretudo da área da Comunicação, a respeito dos meios de comunicação pública. Os primeiros grupos iniciaram pesquisas em apenas em 2008, sendo as universidades federais do Rio Grande do Sul e Fluminense as

pioneiras. A UnB é a que concentra o maior número de linhas de pesquisa, seguida da UFRGS e da EBC, esta a única instituição que não se enquadra no ramo do ensino superior, indicando a relação da empresa não apenas com a produção, mas também com a pesquisa. No que diz respeito à área de concentração, verifica-se o predomínio da Comunicação, sendo oito grupos que se declararam nesta área e apenas um na Ciência Política.

3.3 Projeto de criação do Centro de Pesquisa Aplicada em Comunicação Pública da EBC

No ano de 2012, a EBC assinou um convênio de cooperação com a Unesco para a criação de uma Escola Nacional de Comunicação Pública, no entanto, o projeto com a Unesco foi ativado somente no início de 2014, quando ficou sob a responsabilidade de gestão da Ouvidora da EBC, Joseti Marques.⁷ Segundo Marques (2016), o primeiro passo foi estudar o projeto e fazer consultas a instituições como MEC, Capes, CNPq e outras, para conhecer a possibilidade de criação e consolidação de uma Escola, conforme era previsto. O projeto de uma escola mostrou-se inviável, tendo-se optado por uma reformulação, transformando-o em projeto para a criação de um Centro de Pesquisa Aplicada, Desenvolvimento e Inovação em Comunicação Pública. O projeto reformulado foi aprovado em reunião ordinária realizada em São Paulo, em meados de 2014. Logo após, foi apresentado ao escritório da Unesco no Brasil e à Agência Brasileira de Cooperação, órgão do Ministério das Relações Exteriores supervisor da execução do projeto, tendo sido aprovado nas duas instâncias.

⁷ Joseti Marques é jornalista, doutora em Comunicação e Cultura (UFRJ), foi Diretora Nacional do Projeto de criação do Centro de Pesquisa Aplicada da EBC, e atualmente está em seu segundo mandato como Ouvidora Geral da Empresa Brasil de Comunicação (EBC),

A efetiva constituição do Centro de Pesquisa Aplicada, Desenvolvimento e Inovação em Comunicação Pública responde à necessidade de oferecer à sociedade um ambiente cooperativo voltado à pesquisa científica e tecnológica que contribua para a comunicação pública, tanto no que se refere à produção e programação como ao desenvolvimento de novos produtos, processos e serviços.

3.3.1 Avaliação do *Projeto de Cooperação Técnica entre o Governo Brasileiro e a Organização das nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura*⁸

TÍTULO DO PROJETO: Criação e Funcionamento Inicial de uma Escola Nacional de Comunicação Pública.

DURAÇÃO PREVISTA: Original: 24 meses (21/12/2012 a 21/12/2014)

Revisão 1: 48 meses (21/12/2012 a 31/12/2016)

AGÊNCIA EXECUTORA: Empresa Brasil de Comunicação

AGÊNCIA DE COOPERAÇÃO INTERNACIONAL: Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura – UNESCO

ORIGEM DOS RECURSOS: Tesouro da União

RESUMO DO PROJETO ORIGINAL:

O presente projeto visa a consolidar um sistema público de radiodifusão plural, diversificado e independente, com elevado padrão de qualidade e em linha com os padrões internacionais. Integram o escopo maior do projeto, criar as bases conceituais e metodológicas para a constituição de uma Escola Nacional de Comunicação Pública e desenvolver as condições para que seja uma referência no âmbito do Brasil, da América Latina e da África, sobretudo nos países de língua portuguesa. (Projeto de Criação e

⁸ *Texto extraído da Revisão 1 (Substantiva) ao Projeto 914BRZ5013 Criação e Funcionamento Inicial de uma Escola Nacional de Comunicação Pública entre a Empresa Brasil de Comunicação EBC e a UNESCO*

Funcionamento Inicial de uma Escola Nacional de Comunicação Pública, 2012).

PROPÓSITO DA REVISÃO:

Prorrogação do prazo, atualização de atividades e planos de execução do Projeto para adequação aos novos cenários no contexto da EBC e incorporação de rendimentos de aplicação financeira.

Segundo Marques (2016), a solicitação de revisão substantiva do projeto justificou-se pela necessidade de atualização das atividades previstas, dado que algumas ações foram implementadas pela Empresa Brasil de Comunicação - EBC como parte de sua estratégia organizacional de desenvolvimento, sem vínculo direto com o Projeto.

Além disso, as dificuldades iniciais de ordem administrativa, tanto no que se refere a desembolsos quanto à formação do Grupo de Trabalho para gerenciamento do Projeto, provocaram atrasos no cronograma de execução previsto. O desenvolvimento efetivo das atividades, incluindo aporte de recursos e contratações, teve início em janeiro de 2014, com a nomeação de novo Grupo de Trabalho.

Até setembro de 2014 o Projeto encontrava-se no seguinte estágio de execução: aporte de recursos da ordem de R\$ 900.000,00 (novecentos mil reais) para a Agência de Cooperação Internacional, Organização das Nações Unidas para a Educação Ciência e a Cultura-UNESCO; implantação do Sistema de Educação a Distância-EAD; realização de pesquisa do tipo benchmarking sobre as melhores práticas em entes semelhantes do campo público; levantamento das necessidades de formação do sistema brasileiro de radiodifusão pública, levando-se em consideração os avanços tecnológicos que deram surgimento às novas plataformas de difusão de conteúdos; estabelecimento da etapa inicial de acordos de intenção

com centros de formação técnica, redes de emissoras de rádio e TV comunitárias do Brasil e universidades públicas; acordo de intenção com emissoras públicas da América Latina, inicialmente firmado com a Argentina.

Outro aspecto relevante foi a mudança de contexto interno da EBC, visto que a implementação da área de Educação Corporativa vinha cumprindo alguns dos objetivos previstos na Matriz Lógica do Projeto. Por exemplo, o que é proposto no Indicador de Resultados 1.1, do Objetivo Imediato 1, já contemplado pela ação da Educação Corporativa: “ao final de dois anos após a implementação do Projeto a EBC deveria ter pelo menos 30% dos quadros qualificados. No item 1.2.3, que propõe desenhar uma estratégia particular para o recebimento das novas turmas egressas dos concursos públicos realizados pela EBC, a área de Educação Corporativa e de Gestão de Pessoas já realiza regularmente uma ação de ambientação corporativa, para dotar o novo membro do quadro funcional de informações sobre a EBC, sua forma de organização e o campo da Comunicação Pública.

O pedido de prorrogação do prazo por mais 24 meses e a reformulação de algumas das atividades ocorreram também devido à percepção da necessidade de alinhamento às políticas públicas para desenvolvimento de Ciência, Pesquisa e Inovação incentivadas pelo governo brasileiro. Nesse sentido, a proposta de formar uma equipe de pesquisadores e técnicos especializados em Comunicação Pública, de alto nível, passaria pelo desafio de produzir conhecimento capaz de gerar produtos, formatos e linguagens com impacto social substantivo.

A intenção da EBC não era, portanto, apenas oferecer cursos de capacitação. Seria uma ação de mão dupla: formar pessoal qualificado e fazer com que tal medida possa resultar em aprimoramento dos processos, técnicas e produtos

que compõem a Comunicação Pública. Para isso, a reformulação das atividades teria como prerrogativa estabelecer um ambiente favorável à inovação.

Reside, nesse aspecto, a mudança da proposta do projeto de Escola para um Centro de Pesquisa Aplicada, Desenvolvimento e Inovação da Comunicação Pública. A EBC entende que a condição de intermediários do conhecimento, entre o que é produzido por instituições tradicionais, como as universidades, não é suficiente. É fundamental dotar o campo da Comunicação Pública de um ente capaz de produzir conhecimento a partir da consecução de um esforço em comum.

O espaço de um centro de inovação é o local privilegiado para alcançar este objetivo, uma vez que a partir dele será possível produzir, disseminar e organizar a Comunicação Pública como um campo do conhecimento e não apenas replicar o que já é feito em outras instâncias.

Quadro 2 - Lista de Objetivos, resultados e atividades revisados

Original	Situação	Revisão
Objetivo de Desenvolvimento Consolidar um sistema público de radiodifusão plural, diversificado e independente, com elevado padrão de qualidade e em linha com os padrões internacionais.	Mantido	
Objetivo específico 1 Prover o Estado brasileiro de estrutura de formação técnica e profissional no campo da Comunicação Pública.	Mantido	
Resultado esperado 1.1 Bases conceituais e metodológicas para a constituição de uma Escola Nacional de Comunicação Pública definidas/estabelecidas.	Alterado	Bases conceituais e metodológicas para a constituição de um Centro de Pesquisa Aplicada, Desenvolvimento e Inovação em Comunicação Pública definidas/estabelecidas.

Atividade 1.1.1. Realizar diagnóstico inicial, do tipo <i>benchmarking</i> , de outras Escolas semelhantes, geridas por empresas públicas de radiodifusão ao redor do mundo.	Alterado	Realizar diagnóstico inicial, do tipo <i>benchmarking</i> , de outras Escolas e Centros de Pesquisa semelhantes, geridas por empresas públicas de radiodifusão no Brasil e no mundo.
Atividade 1.1.2. Realizar diagnóstico inicial, do tipo <i>benchmarking</i> , de outras Escolas semelhantes, geridas pelo poder público brasileiro e suas empresas estatais.	Excluído	
Atividade 1.1.3. Identificar as necessidades de formação no sistema brasileiro de radiodifusão pública;	Mantido	
Atividade 1.1.4. Desenvolver os elementos centrais do currículo da Escola.	Excluído	
Atividade 1.1.5. Elaborar o conteúdo programático da Escola.	Excluído	
Atividade 1.1.6. Desenvolver a metodologia de ensino-aprendizagem para a Escola.	Excluído	
Atividade 1.1.7. Desenhar modelo de capacitação da equipe gestora do projeto.	Mantido	
Atividade 1.1.8.	Incluído	Atividade 1.1.8. Desenvolver os parâmetros e diretrizes do Centro de Pesquisa Aplicada, Desenvolvimento e Inovação em Comunicação Pública.
Atividade 1.1.9.	Incluído	Atividade 1.1.9. Definir as linhas de pesquisa e difusão do conhecimento para o Centro de Pesquisa Aplicada, Desenvolvimento e Inovação em Comunicação Pública.
Atividade 1.1.10.	Incluído	Atividade 1.1.10. Desenvolver curso de didática e para formação de multiplicadores.
Resultado esperado 1.2. Sistema de Educação à Distância da Escola Nacional de Comunicação Pública, criado e em funcionamento.	Alterado	Sistema de Educação à Distância do Centro de Pesquisa Aplicada, Desenvolvimento e Inovação em Comunicação Pública criado e em funcionamento.

Atividade 1.2.1. Desenhar um sistema de educação à distância para a Escola.	Alterado	Desenhar um sistema de educação à distância para o Centro;
Atividade 1.2.2. Estruturar um conjunto de cursos específicos, em diferentes modalidades: rápidos (40h), médios (100h) e especialização (360h).	Alterado	Estruturar um conjunto de cursos específicos, em diferentes modalidades: Curta duração (40h), média duração (100h) e especialização (360h).
Atividade 1.2.3. Desenhar uma estratégia particular para o recebimento das Novas turmas egressas dos concursos públicos realizados pela EBC.	Excluído	
Atividade 1.2.4. Desenhar um curso de mestrado <i>stricto sensu</i> para a Escola.	Alterado	Desenhar curso de pós-graduação <i>stricto sensu</i> , para o Centro de Pesquisa Aplicada, Desenvolvimento e Inovação em Comunicação Pública.
Atividade 1.2.5. Desenvolver a estratégia de sustentabilidade e viabilidade econômico-financeira da Escola.	Alterado	Desenvolver a estratégia de sustentabilidade e viabilidade econômico-financeira do Centro de Pesquisa Aplicada, Desenvolvimento e Inovação em Comunicação Pública.
Atividade 1.2.6 Criar rede de colaboração entre a Escola Nacional de Comunicação Pública e as universidades públicas brasileiras, a partir do apoio à mobilização de instituições parceiras.	Alterado	Criar rede de colaboração entre o Centro de Pesquisa Aplicada, Desenvolvimento e Inovação em Comunicação Pública e as universidades brasileiras públicas, privadas e confessionais, universidades estrangeiras e sociedades científicas.
Objetivo específico 2 Desenvolver as condições para que a Escola Nacional de Comunicação Pública seja uma referência nacional e internacional, sobretudo nos países de língua portuguesa, a partir de uma avaliação consistente da implementação do projeto no contexto da EBC.	Alterado	Desenvolver as condições para que o Centro de Pesquisa Aplicada, Desenvolvimento e Inovação em Comunicação Pública seja uma referência nacional e internacional, sobretudo nos países de língua portuguesa.
Resultado esperado 2.1 Empresas Públicas de Radiodifusão de estados brasileiros e de outras nações fazem uso dos serviços da Escola, a partir de uma avaliação consistente da implementação do projeto no contexto da EBC.	Alterado	Empresas Públicas de Radiodifusão de estados brasileiros e de outras nações fazendo uso dos serviços Centro de Pesquisa Aplicada, Desenvolvimento e Inovação em Comunicação Pública.

Atividade 2.1.1. Desenvolver elementos para disseminação do conceito da escola, nacional e internacionalmente.	Excluído	
Atividade 2.1.2. Desenhar módulos para atendimento de demandas internacionais.	Mantido	
Atividade 2.1.3. Realizar workshops internacionais para disseminação do conceito da escola.	Alterado	Realizar workshop internacional para disseminação do Centro de Pesquisa Aplicada, Desenvolvimento e Inovação em Comunicação Pública.
Atividade 2.1.4 Realizar intercâmbio e parcerias com escolas de comunicação pública de outros países.	Alterado	Realizar intercâmbio e parcerias com escolas de comunicação pública, centros de pesquisas e empresas públicas de radiodifusão de outros países.
Atividade 2.1.5. Desenvolver estratégias inovadoras de avaliação, avaliar e monitorar os resultados.	Alterado	Realizar a avaliação externa do projeto de cooperação técnica internacional.
Atividade 2.1.6 Produzir documento de referência no âmbito da escola, a fim de garantir a memória da estratégia, sua disseminação e sustentabilidade.	Alterado	Produzir documento de referência no âmbito do Centro de Pesquisa Aplicada, Desenvolvimento e Inovação em Comunicação Pública, a fim de garantir a memória da estratégia, sua disseminação e sustentabilidade.
Atividade 2.1.7	Incluído	Atividade 2.1.7 Desenvolver ações para disseminação, nacional e internacionalmente, de pesquisas, projetos e cursos resultantes do trabalho Centro de Pesquisa Aplicada, Desenvolvimento e Inovação em Comunicação Pública.

Fonte: Revisão 1 (Substantiva) ao Projeto de Criação e Funcionamento Inicial de uma Escola Nacional de Comunicação Pública entre a EBC e a UNESCO

Com a nova estrutura lógica do projeto, o objetivo de desenvolvimento passou a ser consolidar um sistema público de radiodifusão plural, diversificado e independente, com elevado padrão de qualidade e em linha com os padrões internacionais.

Nova estrutura Lógica do projeto

Objetivo de Desenvolvimento -Consolidar um sistema público de radiodifusão plural, diversificado e independente, com elevado padrão de qualidade e em linha com os padrões internacionais.

Objetivo específico 1 - Prover o Estado brasileiro de estrutura de formação técnica e profissional no campo da Comunicação Pública.

Resultado esperado - Bases conceituais e metodológicas para a constituição de um Centro de Pesquisa Aplicada, Desenvolvimento e Inovação em Comunicação Pública definidas/estabelecidas.

Atividades:

- Realizar diagnóstico inicial, do tipo benchmarking, de outras Escolas e Centros de Pesquisas semelhantes, geridas por empresas públicas de radiodifusão no Brasil e no mundo;
- Identificar as necessidades de formação no sistema brasileiro de radiodifusão pública;
- Desenhar modelo de capacitação da equipe gestora do projeto;
- Desenvolver os parâmetros e diretrizes do Centro de Pesquisa Aplicada, Desenvolvimento e Inovação em Comunicação Pública;
- Definir as linhas de pesquisa e difusão do conhecimento para o Centro de Pesquisa Aplicada, Desenvolvimento e Inovação em Comunicação Pública;
- Desenvolver curso de didática e para formação de multiplicadores.

Resultado esperado - Sistema de Educação à Distância do Centro de Pesquisa Aplicada, Desenvolvimento e Inovação em Comunicação Pública criado e em funcionamento:

- desenhar um sistema de educação à distância para o Centro;
- estruturar um conjunto de cursos específicos, em diferentes modalidades: curta duração (40h), média duração(100h) e especialização (360h);
- desenhar um curso de pós-graduação stricto sensu para o Centro de Pesquisa Aplicada, Desenvolvimento e Inovação em Comunicação Pública;
- desenvolver a estratégia de sustentabilidade e viabilidade econômico-financeira do Centro de Pesquisa Aplicada, Desenvolvimento e Inovação em Comunicação Pública.

- criar rede de colaboração entre o Centro de Pesquisa Aplicada, Desenvolvimento e Inovação em Comunicação Pública e as universidades brasileiras públicas, privadas e confessionais, universidades estrangeiras e sociedades científicas.

Objetivo específico 2- Desenvolver as condições para que o Centro de Pesquisa Aplicada, Desenvolvimento e Inovação em Comunicação Pública seja uma referência nacional e internacional, sobretudo nos países de língua portuguesa.

Resultado esperado - Empresas Públicas de Radiodifusão de estados brasileiros e de outras nações fazendo uso dos serviços Centro de Pesquisa Aplicada, Desenvolvimento e Inovação em Comunicação Pública.

Atividades:

- desenhar módulos para atendimento de demandas internacionais;
- Realizar workshop internacional para disseminação do Centro de Pesquisa Aplicada, Desenvolvimento e Inovação em Comunicação Pública;
- Realizar intercâmbio e parcerias com escolas de comunicação pública, centros de pesquisas e empresas públicas de radiodifusão de outros países;
- realizar a avaliação externa do projeto de cooperação técnica internacional;
- produzir documento de referência no âmbito do Centro de Pesquisa Aplicada, Desenvolvimento e Inovação em Comunicação Pública , a fim de garantir a memória da estratégia, sua disseminação e sustentabilidade;
- desenvolver ações para disseminação, nacional e internacionalmente, de pesquisas, projetos e cursos resultantes do trabalho Centro de Pesquisa Aplicada, Desenvolvimento e Inovação em Comunicação Pública.

Matriz Lógica revisada

Objetivo específico 1- Prover o Estado brasileiro de estrutura de formação técnica e profissional no campo da Comunicação Pública.

Quadro 3 - Matriz Lógica do Projeto - Objetivo específico 1

Resultados	Indicador Realização	Meios Verificação
Resultado esperado 1.1 Bases conceituais e metodológicas para a constituição de um Centro de Pesquisa Aplicada, Desenvolvimento e Inovação em Comunicação Pública definidas/estabelecidas.	1 diagnóstico inicial, do tipo <i>benchmarking</i> , de outras Escolas e Centros de Pesquisa semelhantes, geridas por empresas públicas de radiodifusão no Brasil e no mundo.	Relatório de diagnóstico inicial
	1 levantamento das necessidades de formação no sistema brasileiro de radiodifusão pública.	Consolidação da pesquisa sobre necessidades de formação
	1 desenho do modelo de capacitação da equipe gestora do projeto.	Documento propositivo
	1 proposta de parâmetros e diretrizes do Centro de Pesquisa Aplicada, Desenvolvimento e Inovação em Comunicação Pública.	Documento propositivo
	1 proposta para linhas de pesquisa e difusão do conhecimento para o Centro de Pesquisa Aplicada, Desenvolvimento e Inovação em Comunicação Pública.	Relatório que especifique as linhas de pesquisa e de difusão do conhecimento do Centro
	1 curso de didática e para formação de multiplicadores.	Cursos ofertados
Resultado esperado 1.2 Sistema de Educação à Distância da Escola Nacional de Comunicação Pública criado e em funcionamento.	1 sistema de educação à distância para o Centro.	Softwares e manuais de utilização
	1 conjunto de cursos específicos, em diferentes modalidades: Curta duração (40h), média duração (100h) e especialização (360h).	Oferta de cursos celebrados
	1 curso de pós-graduação stricto sensu, para o Centro de Pesquisa Aplicada, Desenvolvimento e Inovação em Comunicação Pública.	Currículo e diretrizes para o curso
	1 proposta de estratégia de sustentabilidade e viabilidade econômico-financeira do Centro;	Documento propositivo de estratégia

	1 rede de colaboração entre o Centro de Pesquisa Aplicada, Desenvolvimento e Inovação em Comunicação Pública e as universidades brasileiras, públicas, privadas e confessionais, universidades estrangeiras e sociedades científicas.	Lista de participantes da rede com plano de colaboração desenvolvido
--	---	--

Fonte: Revisão 1 (Substantiva) ao Projeto de Criação e Funcionamento Inicial de uma Escola Nacional de Comunicação Pública

Objetivo específico 2 - Desenvolver as condições para que o Centro de Pesquisa Aplicada, Desenvolvimento e Inovação em Comunicação Pública seja uma referência nacional e internacional, sobretudo nos países de língua portuguesa.

Quadro 4 Matriz Lógica do Projeto Objetivo específico 2

Resultados	Indicador Realização	Meios Verificação
Resultado esperado 2.1 Empresas Públicas de Radiodifusão de estados brasileiros e de outras nações fazendo uso dos serviços Centro de Pesquisa Aplicada, Desenvolvimento e Inovação em Comunicação Pública.	2 módulos para atendimento de demandas internacionais;	Software e conteúdo do módulo
	1 workshop internacional para disseminação do conceito do Centro;	Relatório de avaliação do evento e lista de participantes
	6 missões de intercâmbio e parcerias com escolas de comunicação pública, centros de pesquisas e empresas públicas de radiodifusão.	Relatório das missões
	1 avaliação do projeto de cooperação técnica internacional.	Relatório de avaliação e seus anexos
	1 Documento de referência no âmbito do Centro, a fim de garantir a memória da estratégia, sua disseminação e sustentabilidade.	1 publicação com relato de implementação do Centro, das atividades e diretrizes sobre inovação na Comunicação Pública
	6 ações para disseminação, nacional e internacionalmente, de pesquisas, projetos e cursos resultantes do trabalho Centro de Pesquisa Aplicada, Desenvolvimento e Inovação em Comunicação Pública;	Relatório de projetos e missões

Fonte: Revisão 1 (Substantiva) ao Projeto de Criação e Funcionamento Inicial de uma Escola Nacional de Comunicação Pública

Emenda ao Contexto Legal - Com base no Título XI, art. 16, do Contexto Legal do Projeto 914BRZ5013 – Criação e Funcionamento Inicial de uma Escola Nacional de Comunicação Pública assinado em 21/12/2012, as Partes concordaram em modificar o Título I, artigo 1º, e o Título VII, artigo 9º e o Título XII, artigo 179, que passam a vigorar com a seguinte redação:

DO OBJETO - Art. 1º. O presente Documento de Projeto 914BRZ5013 – Criação e Funcionamento Inicial de uma Escola Nacional de Comunicação Pública é implementado ao amparo do “Acordo Básico de Assistência Técnica entre o Governo da República Federativa do Brasil e a Organização das Nações Unidas, suas Agências Especializadas e a AIEA”, de 29 de dezembro de 1964, em vigor desde 02 de maio de 1966, em especial no seu artigo 1º.

§ 1º. O Projeto 914BRZ5013 – Criação e Funcionamento Inicial de uma Escola Nacional de Comunicação Pública apresenta como Objetivos Imediatos:

Objetivo específico 1 Prover o Estado brasileiro de estrutura de formação técnica e profissional no campo da Comunicação Pública.

Objetivo específico 2 Desenvolver as condições para que o Centro de Pesquisa Aplicada, Desenvolvimento e Inovação em Comunicação Pública seja uma referência nacional e internacional, sobretudo nos países de língua portuguesa.

§ 2º. Os principais resultados esperados pela implementação do Projeto 914BRZ5013 – Criação e Funcionamento Inicial de uma Escola Nacional de Comunicação Pública são:

Resultado esperado 1.1 Bases conceituais e metodológicas para a constituição de um Centro de Pesquisa Aplicada, Desenvolvimento e Inovação em Comunicação Pública.

Resultado esperado 1.2 Sistema de Educação à Distância do Centro de Pesquisa Aplicada, Desenvolvimento e Inovação em Comunicação Pública criado e em funcionamento.

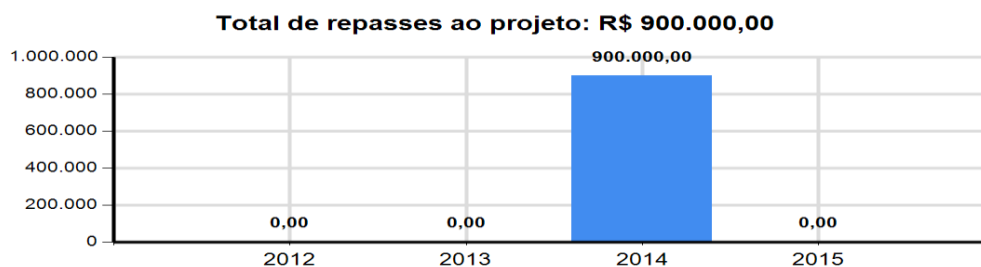
Resultado esperado 2.1 Empresas Públicas de Radiodifusão de estados brasileiros e de outras nações fazendo uso dos serviços Centro de Pesquisa Aplicada, Desenvolvimento e Inovação em Comunicação Pública.

DA VIGÊNCIA - Art. 17. O presente Documento de Projeto com vigência a contar da data de sua assinatura até 31/12/2016, data prevista para o fechamento das atividades do Projeto, podendo ser prorrogado mediante acordo entre as Partes.”

3.3.1.1 Resultados, oportunidades e desafios

Ao analisar o histórico de desempenho do projeto de criação do Centro de Pesquisa da EBC de 21/12/2012 a 31/12/2016, a partir do Relatório de Acompanhamento de Desempenho do SIGAP - Sistema de Informações Gerenciais de Acompanhamento de Projetos Público da Agência Brasileira de Cooperação do Ministério das Relações Exteriores observa-se que até o momento de análise, dezembro de 2016, o Projeto encontrava-se no seguinte estágio de execução: aporte de recursos da ordem de R\$ 900.000,00 (novecentos mil reais) para a Agência de Cooperação Internacional, Organização das Nações Unidas para a Educação Ciência e a Cultura-UNESCO.

Gráfico 4 – Histórico de valores repassados ao projeto



Fonte –SIGAP- Sistema de Informações Gerenciais de Acompanhamento de Projetos Relatório de acompanhamento de desempenho do Projeto (emitido em 08/12/2016)

Por meio da análise do Relatório de acompanhamento de desempenho do Projeto, observa-se que embora a EBC tenha assinado o convênio de cooperação com a Unesco para a criação de uma Escola Nacional de Comunicação Pública no ano de 2012, o histórico de valores efetuados pelo projeto mostra que o projeto com a Unesco foi ativado somente no início de 2014, quando ficou sob a responsabilidade de gestão da Ouvidora da EBC, Joseti Marques.

Gráfico 5 – Histórico de valores executados pelo projeto



Fonte –SIGAP- Sistema de Informações Gerenciais de Acompanhamento de Projetos Relatório de acompanhamento de desempenho do Projeto (emitido em 08/12/2016)

Segundo o Relatório Gerencial da EBC (2016), O projeto estava alinhado ao objetivo estratégico de “desenvolver competências multidisciplinares para fortalecimento da comunicação pública” e com a finalidade de consolidar um sistema público de radiodifusão plural, diversificado e independente, com elevado padrão de qualidade e em linha com os padrões internacionais. O desafio do Centro

seria produzir conhecimento capaz de gerar produtos, formatos e linguagens com impacto social substantivo, colaborando para a realização da missão da EBC.

No 1º trimestre de 2016, houve 113 participações de empregados em cursos de capacitação, o que corresponde a 14% da meta (participação de 30% do quadro da EBC). O curso realizado no trimestre foi de Capacitação em Gestão de Projetos, mediante parceria com a UNESCO.

Quanto às ações com participação de entes internacionais, o início da execução estava planejado para o 2º trimestre de 2016, pois a intenção era angariar a maior participação possível de entes internacionais envolvidos no projeto, o que dependeria de articulações e convites.

No que se refere às atividades de pesquisa, ainda nos passos iniciais, foram formados três Grupos de Pesquisa já cadastrados no Diretório de Grupos de Pesquisa do Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq). São eles:

O GP "Produção de conteúdo e participação social em comunicação pública", cuja proposta de trabalho é monitorar e analisar conteúdos produzidos pelos veículos públicos de comunicação, a partir de fundamentos das teorias críticas; desenvolver inovação em todas as dimensões discursivas do campo público da radiodifusão, partindo do princípio de que todo discurso é moldado por relações de poder e ideologias, com efeitos sobre identidades, relações sociais e sistemas de conhecimento e crença; investigar o modo como o discurso das mídias públicas influi na reprodução de padrões e/ou na promoção de mudanças sociais; e sistematizar conhecimentos sobre práticas de participação social, como ouvidorias, conselhos e audiências públicas.

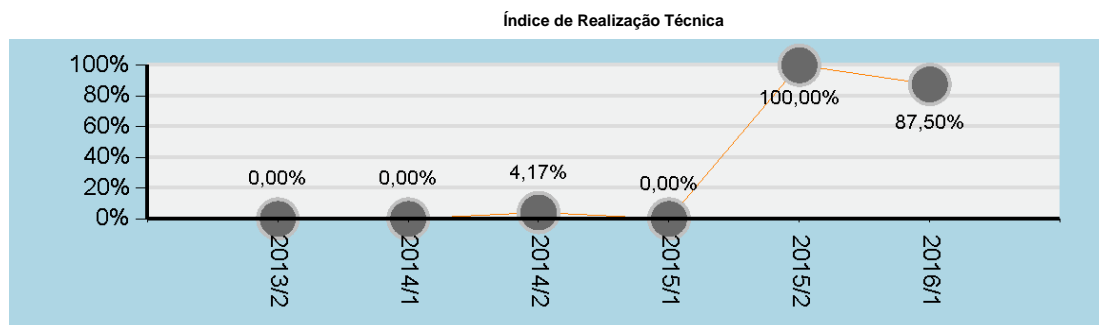
O GP "Memória, informação e Comunicação" tem por objetivo desenvolver estudos sobre a relação entre memória e informação no contexto da comunicação pública, a partir de pesquisas que envolvam os acervos herdados e produzidos pela EBC. Pretende-se estudar, produzir e aplicar conceitos e teorias em práticas de tratamento da informação, bem como compreender articulações entre memória institucional, história e suas correlações com as mídias, sobretudo rádio, televisão e internet. O GP também pretende analisar interlocuções entre preservação da memória, usos, produção de registros e disseminação da informação.

O GP "Mídias e Tecnologia-MidiaTec", tem como objetivo estudar e apropriar-se das novas tecnologias, propondo estratégias para o futuro da comunicação pública no Brasil. Esse processo de apropriação pressupõe a utilização de novas ferramentas e a realização de laboratórios que permitam avaliar seus impactos no ambiente empresarial e vislumbrar estratégias de incorporação às atividades cotidianas das empresas de radiodifusão.

Outras propostas de Grupos de Pesquisa vinham sendo alinhavadas pelos empregados com titulação de doutorado, condição estabelecida pelo CNPq para o cadastramento de líderes de GPs.

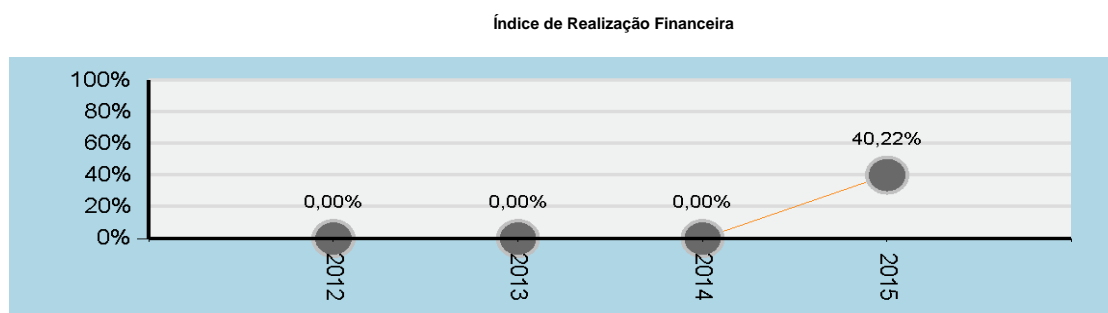
Vale ressaltar que é possível orientar a pesquisa em determinadas áreas de interesse, mediante bolsas de pesquisa ou incentivos e premiações em concursos de monografias, artigos e publicações em revistas científicas especializadas sobre o assunto.

Gráfico 6 – Histórico de índices gerais de execução técnica do projeto



Fonte –SIGAP- Sistema de Informações Gerenciais de Acompanhamento de Projetos- Relatório de acompanhamento de desempenho do Projeto (emitido em 08/12/2016)

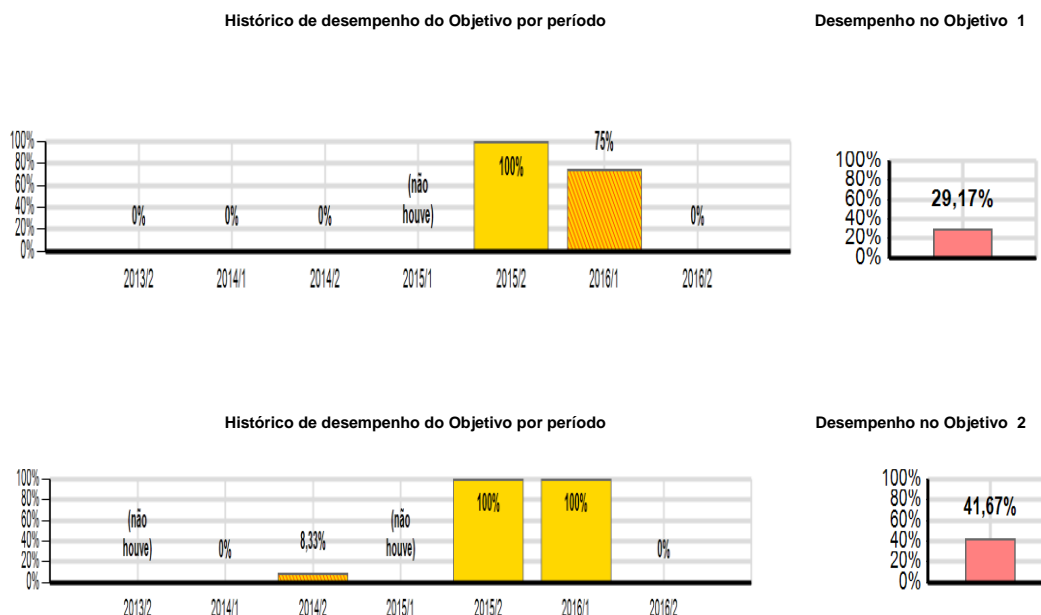
Gráfico 7 – Histórico de índices gerais de execução financeira do projeto



Fonte –SIGAP- Sistema de Informações Gerenciais de Acompanhamento de Projetos Relatório de acompanhamento de desempenho do Projeto (emitido em 08/12/2016)

Ainda conforme o Relatório Gerencial da EBC (2016), em relação ao **Objetivo específico 1** Prover o Estado brasileiro de estrutura de formação técnica e profissional no campo da Comunicação Pública à consolidação do Centro a partir da constituição de documentos de caráter de orientação. O Resultado esperado 1.1 Bases conceituais e metodológicas para a constituição de um Centro de Pesquisa Aplicada, Desenvolvimento e Inovação em Comunicação Pública, através da contribuição de consultorias da UNESCO, estavam se desenhando os documentos normativos e regimento interno do Centro, além de outras etapas necessárias à efetiva adequação do novo ente à estrutura da EBC.

Gráfico 8 – Histórico Execução Técnica por Objetivo

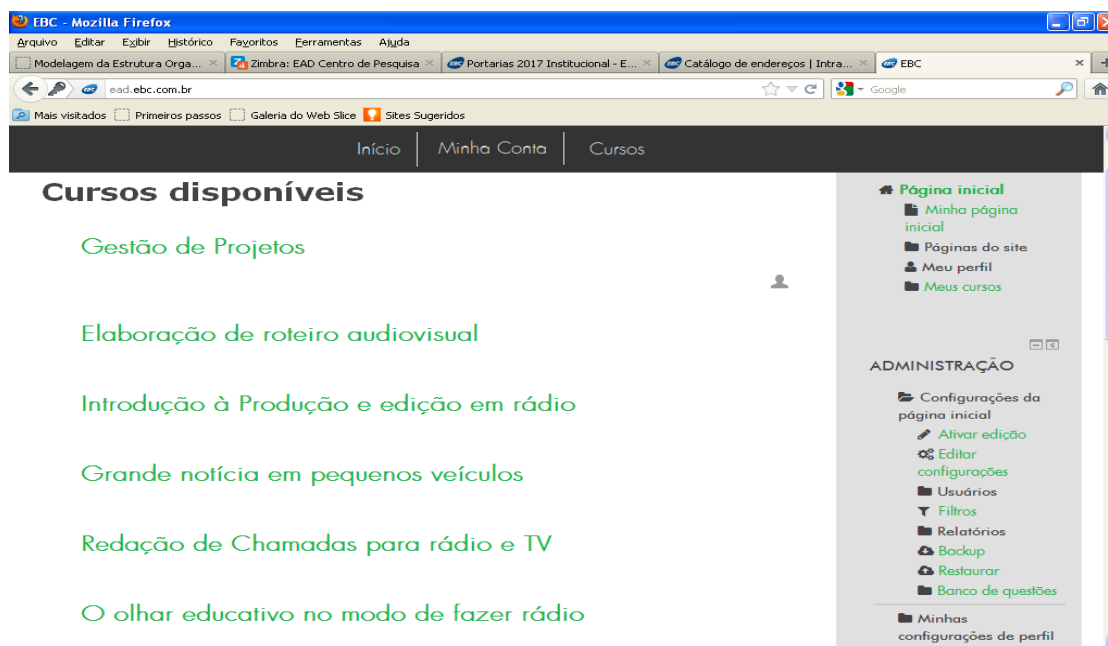


Fonte –SIGAP- Sistema de Informações Gerenciais de Acompanhamento de Projetos- Relatório de acompanhamento de desempenho do Projeto (emitido em 08/12/2016)

Quanto ao **Resultado esperado 1.2** Sistema de Educação à Distância do Centro de Pesquisa Aplicada, Desenvolvimento e Inovação em Comunicação Pública criado e em funcionamento. Conforme o Relatório Gerencial da EBC (2015) o Centro de Pesquisa capacitou conteudistas para EaD . No total foram 41 empregados capacitados. Em relação aos cursos, a proposta do projeto era desenvolver e disponibilizar cinco cursos para a plataforma de Ensino a Distância (EAD). Os cursos foram preparados pelos participantes selecionados no curso de formação de conteudistas em EaD. A previsão era que estivessem disponíveis no 1º trimestre de 2016. No entanto, somente no final do ano de 2016 os cursos Gestão de Projetos, cursos Introdução à produção e edição em rádio, Elaboração de roteiro audiovisual, Grande notícia em pequenos veículos, O olhar educativo no modo de fazer rádio e Redação de chamadas foram implantados como EAD na Plataforma da EBC e entregues à gestão da Gerencia de Educação Corporativa da EBC .

Por meio do sistema de Educação a Distância (EAD), há pretensão do Centro de Pesquisa em difundir seus resultados entre países da América Latina e os de língua portuguesa, notadamente os da África.

Figura 3 – Plataforma EaD da EBC



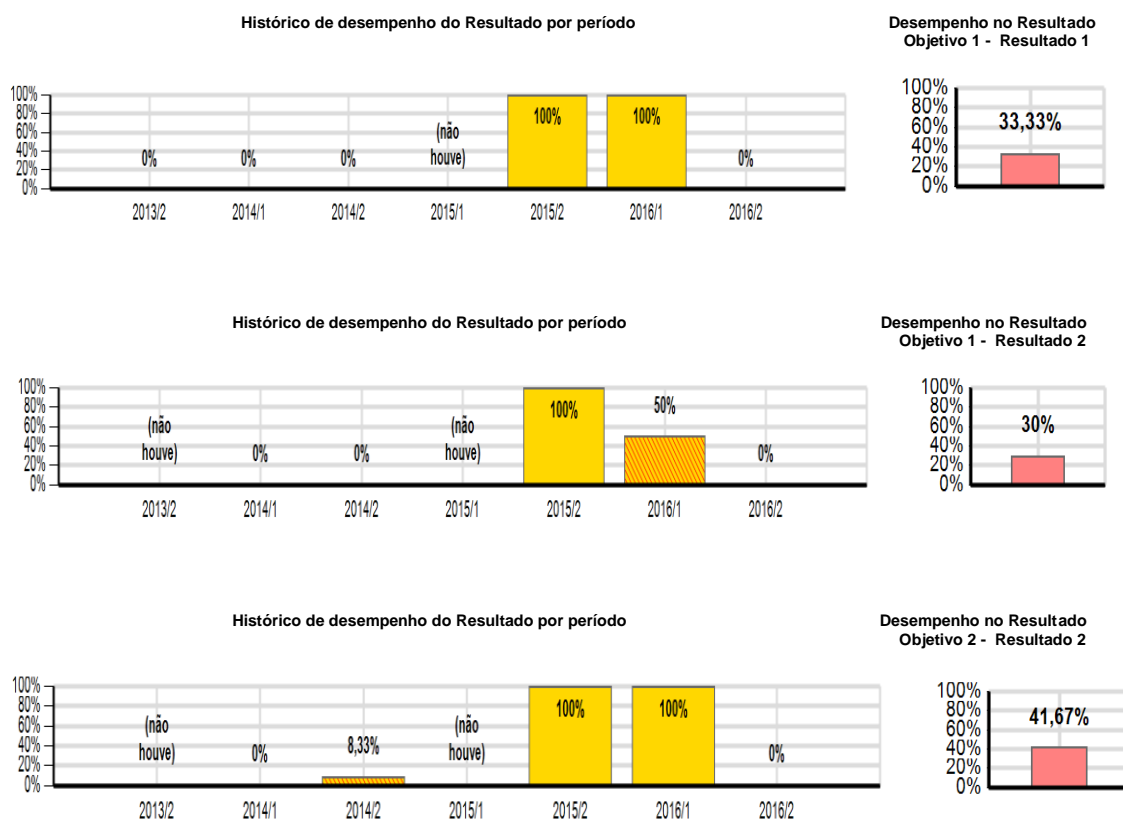
Fonte: <http://ead.ebc.com.br/>

Por fim, o funcionamento do sistema de Educação a Distância (EAD) da EBC poderá oferecer cursos e treinamentos corporativos para seus colaboradores, rede de emissoras associadas, governo e países com carência de qualificação, pode transformar este projeto em uma grande fonte de recursos para a emissora reinvestir em projetos de pesquisa e na elaboração de novos cursos.

Em referência ao **Objetivo específico 2** Desenvolver as condições para que o Centro de Pesquisa Aplicada, Desenvolvimento e Inovação em Comunicação Pública seja uma referência nacional e internacional, sobretudo nos países de língua portuguesa. O **Resultado esperado 2.1** Empresas Públicas de Radiodifusão de estados brasileiros e de outras nações fazendo uso dos serviços Centro de Pesquisa Aplicada, Segundo MARQUES, parte substancial da entrega já havia sido

desenvolvida, qual seja, a criação do projeto editorial, edição do conteúdo e a diagramação eletrônica. A etapa faltante refere-se à impressão dos volumes, após revisão final do material. O produto em questão, um livro com artigos apresentados no I Encontro de Pesquisadores da EBC, cumpriria o Objetivo específico 2, Atividade 2.1.7 do projeto, que sugere "desenvolver ações para disseminação, nacional e internacionalmente, de pesquisas, projetos e cursos resultantes do trabalho do Centro de Pesquisa Aplicada, Desenvolvimento e Inovação em Comunicação Pública".

Gráfico 9 – Histórico Execução Técnica por Objetivo e Resultado



Fonte –SIGAP- Sistema de Informações Gerenciais de Acompanhamento de Projetos
Relatório de acompanhamento de desempenho do Projeto (emitido em 08/12/2016)

Conforme o portal da EBC <http://www.ebc.com.br/institucional/sobre-a-ebc/pesquisadores>, o Centro conta com um banco de pesquisadores – 14 doutores, 61 mestres e 60 especialistas – entre empregados da EBC e membros da Rede

Nacional de Comunicação Pública, e atua em estreita colaboração com o setor de Educação Corporativa, que possui salas de aula e todos os recursos necessários à difusão e compartilhamento de conhecimento entre os participantes do campo amplo da Comunicação Pública. (EBC)

Segundo o Relatório Gerencial (2016), o desafio do Centro de pesquisa é produzir conhecimento capaz de gerar produtos, formatos e linguagens com impacto social substantivo, colaborando para a realização da missão da EBC que é “Criar e difundir conteúdos que contribuam para a formação crítica das pessoas”. (EBC)

Por fim, em meio à crise política de 2016, em 21 de dezembro, houve o encerramento do Projeto executado pela EBC em cooperação com a UNESCO, com o objetivo de “Criação e funcionamento inicial de uma Escola Nacional de Comunicação Pública” e posteriormente revisto para “Criação e funcionamento do Centro de Pesquisa Aplicada, Desenvolvimento e Inovação em Comunicação Pública” com a justificativa de que a carteira de projetos superava em muito a disponibilidade orçamentária da EBC, não restando alternativa se não a de reduzir severamente as ações e projetos previstos em seu plano de Trabalho, a fim de preservar suas ações finalísticas, o que não permitiria aportar recursos adicionais ao projeto, cuja execução, após três anos e oito meses, não apresentou índices satisfatórios, o que demandaria necessidade de novos prazos e aportes financeiros, conforme avaliação da EBC.

CONCLUSÃO

O desenvolvimento do presente estudo possibilitou uma análise sobre a criação do Centro de Pesquisa Aplicada em Comunicação Pública da EBC em consonância com os aspectos já analisados nos artigos e estudos anteriores decorrentes da parceria entre a EBC e a UNESCO , contribuindo para a compreensão quanto à importância da criação do Centro de Pesquisa Aplicada na busca da excelência em conteúdos, linguagens, formatos criativos e inovadores, para a formação de estrutura técnica e profissional no campo da Comunicação.

Ao longo do estudo, ficou evidente que os objetivos dessa pesquisa foram alcançados, pois se verificou a importância da compreensão sobre políticas públicas uma vez que a constituição do referido Centro de Pesquisa em comunicação pública está inserida no contexto de uma política pública voltada ao fomento à inovação, que inclui o apoio à criação, implantação e consolidação de ambientes promotores da inovação, como forma de incentivar o desenvolvimento tecnológico, o aumento da competitividade e a interação entre entidades públicas e privadas, tanto no âmbito nacional como internacional.

Dada a importância do tema, tornou-se necessário conhecer a história da comunicação pública no Brasil e no mundo, compreendendo a diferença entre comunicação Pública, Estatal e Governamental, uma vez que o conceito de comunicação pública ainda é muito difuso.

Ao analisar as grandes referências globais em radiodifusão pública, identificaram-se casos de sucesso que servem de inspiração para o modelo brasileiro, considerando sempre as especificidades de seu contexto socioeconômico e de suas dimensões continentais e viabilizando a realidade brasileira. Como

exemplo, a utilização de pesquisas para aferir o impacto da programação educativa na aprendizagem das crianças aplicado pela PBS nos Estados Unidos, cujo foco em pesquisa pragmática é um dos diferenciais da instituição, e que se aplica à nossa realidade. Por outro lado, a NHK do Japão, tem desenvolvido inúmeros estudos prospectivos de impacto sociocultural, além de pesquisas tecnológicas de ponta para a melhoria de suas atividades de radiodifusão pública, como por exemplo, o desenvolvimento e aplicação da tecnologia de radiodifusão digital terrestre, comercializada em todo o mundo que também se adéqua à realidade brasileira. A EBC poderá assumir o papel estratégico de qualificação profissional do segmento de radiodifusão pública, educativa e universitária no Brasil, como acontece atualmente no Reino Unido com a *BBC Academy*.

Vale ressaltar, que as pesquisas de ponta desenvolvidas nos melhores centros de pesquisas em radiodifusão do mundo, possuem um viés teórico-prático, na qual priorizam a inovação de processos, plataformas, formatos e tecnologias aplicadas à radiodifusão.

No Brasil, observa-se que grande parte das pesquisas possui caráter reflexivo e acadêmico, que nem sempre ajuda o Brasil a liderar a inovação e a pesquisa no contexto global. A Pesquisa Aplicada é um dos objetivos do centro de pesquisa da EBC. A vantagem da EBC na criação do Centro neste contexto, é que inexistem projetos e instituições com forte apelo em pesquisa em comunicação e radiodifusão no Brasil.

Observa-se que a efetivação da inscrição do grupo de pesquisa da EBC no CNPq foi uma grande conquista e que a partir da efetivação de pesquisas relevantes sobre a Comunicação Pública o Centro torna-se uma referência nacional. Além do mais, é possível orientar a pesquisa em determinadas áreas de interesse,

mediante bolsas de pesquisa ou incentivos e premiações em concursos de monografias, artigos e publicações em revistas científicas especializadas sobre o assunto.

Vale destacar, os avanços significativos em relação ao estímulo à pesquisa e inovação nas universidades e empresas brasileiras nos últimos anos. Este avanço possibilita o centro de pesquisas e os grupos de pesquisas da EBC , submeter seus projetos de pesquisa em comunicação pública e radiodifusão aos editais governamentais e de agências de fomento.

A criação do Centro de pesquisas da EBC com foco em demandas institucionais contribuiria para a melhoria da grade da programação, pesquisas de satisfação, pesquisas de mercado, melhoria de processos internos, gestão inteligente de recursos, soluções inovadoras em formatos e programação de qualidade e, sobretudo no crescimento da audiência dos Veículos da EBC, pois a partir do momento em que ganhar visibilidade, sobretudo nos canais internos e externos conquistando o reconhecimento e credibilidade poderá atuar de maneira inovadora e estratégica no cumprimento de sua missão institucional.

Para finalizar, salienta-se que a proposta do Centro de Pesquisas está alinhada com um dos objetivos da radiodifusão pública estipulada pela Lei 11.652/2008, que rege a EBC. Segundo a legislação, a EBC precisa "buscar excelência em conteúdos e linguagens e desenvolver formatos criativos e inovadores, constituindo-se em centro de inovação e formação de talentos". Além disso, o inciso V, do Art. 5º do Estatuto da EBC diz que a empresa deve “promover e estimular formação e o treinamento de pessoal especializado necessário às atividades de radiodifusão, comunicação e serviços conexos.” O entendimento é de que para cumprir tal premissa é fundamental formar pessoal especializado em

Comunicação Pública, de alto nível, em sintonia com os padrões internacionais. A opção pelo exercício da pesquisa aplicada e da busca pela inovação, além de estar indicado no princípio legal, é a maneira propícia de se produzir conhecimento específico e em linha com padrões internacionais, de forma a tornarmos-nos referência no Brasil, América Latina e países de língua portuguesa, conforme demandava o Projeto de Cooperação EBC/Unesco.

Portanto, o presente trabalho chegou ao final de seus estudos propondo que sejam constituídas alternativas para ativação do Centro, pois apesar do encerramento do Projeto executado pela EBC em cooperação com a UNESCO, com o objetivo de “Criação e funcionamento do Centro de Pesquisa Aplicada, Desenvolvimento e Inovação em Comunicação Pública”, na prática o Centro da EBC já existe, pois está descrito e consolidado no Regimento Interno da EBC. Além disso, o conceito de centro de pesquisa refere-se a todo o esforço de um grupo de pesquisadores para fins de discussão e geração de conhecimento. Não obstante, há que se definir apenas o formato, a composição, as exigências para o financiamento e as especificidades para se adequar ao padrão da Empresa Brasil de Comunicação.

REFERÊNCIAS

ABEPEC. Objetivos sociais. São Paulo: Abepec, s./d. Disponível em: <<https://pt.scribd.com/presentation/32226437/ABEPEC-Associacao-Brasileira-das-Emissoras-Publicas-Educativas-e-Culturais>>. Acesso em: 16 jul.2015.BBC Annual Report, 2014.Disponível em: http://www.bbc.co.uk/annualreport/2014/home_, acesso em: 05 abr. 2017.

BBC Annual Report, 2014. Disponível em: <http://www.bbc.co.uk/annualreport/2014/home> , acesso em 05 de dezembro de 2014.

BRANDÃO, Elizabeth. Conceito de Comunicação Pública. In: DUARTE, Jorge (Org.). **Comunicação Pública**:Estado, Mercado, Sociedade e Interesse Público. São Paulo: Atlas, 2007.

BRASIL, **Constituição**, 1988.

BRASIL. **Lei Nº 11.652**, de 7 de abril de 2008. Institui os princípios e objetivos dos serviços de radiodifusão pública explorados pelo Poder Executivo ou outorgados a entidades de sua administração indireta, autoriza o Poder Executivo a constituir a Empresa Brasil de Comunicação - EBC e dá outras providências. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2007-2010/2008/lei/l11652.htm>. Acesso em: 02 abr. 2017

BRASIL. **Decreto nº 6.689**, de 11 de dezembro de 2008. Aprova o Estatuto Social da Empresa Brasil de Comunicação S.A. - EBC e revoga o art. 4º do Decreto nº 6.246, 24 de outubro de 2007. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2007-2010/2008/Decreto/D6689.htm>. Acesso em: 02 abr. 2017.

CALDAS, Esther. A Memória da Comunicação Impressa Brasileira e o Exercício da Cidadania. In: OLIVEIRA, Maria José da Costa (Org.). **Comunicação Pública**. Campinas: Alínea, 2004.

CARVALHO, Guilherme. Mídia pública no Brasil: do estatal ao não-comercial. **Ação Midiática**, Curitiba, UFPR, ed. 11, p.49-72, jan./jun. 2016

CNPq – Diretório Nacional de Grupos de Pesquisa. Disponível em: <http://www.memoria.cnpq.br/gpesq/apresentacao.htm>, acesso em: 10 fev. 2017.

CONGRESSOS nacionais. **Intercom**. São Paulo, s./d. Disponível em: <<http://www.portalintercom.org.br/eventos/congresso-nacional/apresentacao5>>. Acesso em 10 jul.2016.

COHEN, Ernesto; FRANCO, Rolando. **Avaliação de projetos sociais**. Petrópolis: Vozes, 2004.

COSTA, Frederico L. da; CASTANHAR, José C. Avaliação de programas públicos: desafios conceituais e metodológicos. **Revista de Administração Pública**, Rio de

Janeiro, v. 37, n. 5, p. 969-992, set./out. 2003.

COSTA, M. E. B. Grupo focal. In: DUARTE, J.; BARROS, A. (Org.). **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. São Paulo: Atlas, 2008, p. 181-198.

CUNHA, Carla da. **Avaliação de políticas públicas e programas governamentais: tendências recentes e experiências no Brasil**. Trabalho elaborado durante o curso "The Theory and Operation of a Modern National Economy", ministrado na George Washington University, no âmbito do Programa Minerva, em 2006. Digitalizado.

DIAGNÓSTICO do Campo Público de Televisão. In: **I FÓRUM NACIONAL DE TV'S PÚBLICAS**. Brasília: Ministério da Cultura, 2006.

DYE, Thomas D. **Understanding Public Policy**. Englewood Cliffs, N.J.: PrenticeHall. 1984.

DUARTE, Jorge. Sobre a emergência do(s) conceito(s) de comunicação pública. In: KUNSCH, Margarida Maria Krohling. Comunicação Pública (org.) **Comunicação pública, sociedade e cidadania**. São Caetano do Sul: Difusão Editora, 2011.

EASTONE, D. **A Framework for Political Analysis**. Englewood Cliffs: Prentice Hall. 1965.

EBC - EMPRESA BRASIL DE COMUNICAÇÃO. **Mapeamento das Tevês Públicas no Brasil e no Mundo**. Disponível em: <http://www.tvbrasil.org.br/tvspublicas/>

EBC - EMPRESA BRASIL DE COMUNICAÇÃO. **Relatório Gerencial**. Disponível em:
http://intranet.ebc.com.br/sites/_intranet/files/relatorio_gerencial_4o_trimestre_2015_-_gestao_e_relacionemanto_-_final_1.pdf

EBC - EMPRESA BRASIL DE COMUNICAÇÃO. **Memória da Comunicação Pública no Brasil**. Disponível em: www.memoria.ebc.com.br/tv-publica-ebc/tv-publica-no-mundo . Acesso em: 16/03/14.

EBC - EMPRESA BRASIL DE COMUNICAÇÃO. **Sobre a EBC**. Disponível em: <http://www.ebc.com.br/institucional/sobre-a-ebc/ead-ensino-a-distancia>. Acesso em: 02 de abr. 2017.

EBC - EMPRESA BRASIL DE COMUNICAÇÃO. **Grupos de pesquisa**. Disponível em: <http://www.ebc.com.br/institucional/sobre-a-ebc/grupos-de-pesquisa> Acesso em: 08 de abr. 2017.

EBC-EMPRESA BRASIL DE COMUNICAÇÃO. **Sumário Executivo 2016**. Disponível em:
http://intranet.ebc.com.br/sites/_intranet/files/sumario_executivo_1o_semestre_2016_-conteudo_e_programacao._final_15.08.pdf. Acesso em: 05 de abr. 2017.

FARIA, Carlos A. P. de. **A política da avaliação de políticas públicas**. Revista Brasileira de Ciências Sociais, São Paulo, v. 20, n. 50, p. 97-169, out. 2005.

FIGUEIREDO, Marcus e FIGUEIREDO, Argelina C. “Avaliação Política e Avaliação de Políticas: Um Quadro de Referência Teórica”, **Revista Fundação João Pinheiro**: 108-129. 1986.

FREY, Klaus. **Políticas Públicas**: um debate conceitual e reflexões referentes à prática da análise de políticas públicas no Brasil. 2000. Disponível em: <<http://www.ipea.gov.br/ppp/index.php/PPP/article/viewFile/89/158> >. Acesso em: 08 de abr. 2017.

GIL, Antonio Carlos. **Como Elaborar Projetos de Pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2002.

GONDIM, S. M. G. **Grupos focais como técnica de investigação qualitativa: desafios metodológicos**. Paidéia, v.12, n. 24, p. 149-161, 2003.

INTERVOZES. Relatório de pesquisa – O direito à comunicação no Brasil (versão final). São Paulo: Intervozes, 2005.

KUNSCH, Margarida. **Comunicação Pública**: direitos de cidadania, fundamentos e práticas. In: MATOS, Heloiza (Org.). Comunicação Pública: interlocuções, interlocutores e perspectivas. São Paulo: ECA/USP, 2012.

LASCOUTES, Pratiques et modèles de l'évaluation. In: KRESSLER, Marie Christine et al (Orgs.). Evaluation des politiques publiques. Paris: L'Harmattan, 1998. p.23-33.

Lei Nº 11.652, de 7 de abril de 2008. Institui os princípios e objetivos dos serviços de radiodifusão pública explorados pelo Poder Executivo ou outorgados a entidades de sua administração indireta; autoriza o Poder Executivo a constituir a Empresa Brasil de Comunicação – EBC; altera a Lei nº 5.070, de 7 de julho de 1966; e dá outras providências.

LYNN, Lynn, L. E. Designing Public Policy: A Casebook on the Role of Policy Analysis. Santa Monica, Calif.: Goodyear. 1980.

LASWELL, Harold D. Politics: Who Gets What, When, How. Cleveland, Meridian Books. 1936/1958.

MARQUES, Joseti. Centro de Pesquisa Aplicada em Comunicação Pública da EBC. **Socicom Debate**, São Paulo, n. 83, p.67-71, 2016. Disponível em: <<http://www.socicom.org.br/55-conteudo/1023-socicom-debate-a-comunicacao-publica-em-questao-crise-na-ebc>>. Acesso em: 01 mar. 2017.

MATIAS-PEREIRA, José. **Manual de Gestão Pública contemporânea**. 3. Ed. São Paulo: Atlas, 2010.

MATOS, Heloiza Helena Gomez de. (Org). Comunicação Pública: interlocuções, interlocutores e perspectivas. Ed. rev. ampl. São Paulo, ECA/USP, 2013.

MATOS, Heloíza. **A Comunicação Pública no Brasil e na França**: desafios

conceituais. Disponível em:
<http://www2.eptic.com.br/sgw/data/bib/artigos/713eced27fe3005cec245574bda7045d.pdf>. Acesso em: 21 set. 2014.

MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Técnicas de Pesquisa:** planejamento e execução de pesquisas, amostragens e técnicas de pesquisas, elaboração, análise e interpretação de dados. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2002.

MARQUES DE MELO, José. **IPEA** – Instituto de Pesquisas Econômicas e Aplicadas. Entrevista. Disponível em:
http://www.ipea.gov.br/portal/index.php?option=com_content&view=article&id=6479:qfalta-uma-pesquisa-em-comunicacao-genuinamente-brasileira&catid=96:presidencia&Itemid=2 Acessado em: 15 out. 2016.

MEAD, L. M. “Public Policy: Vision, Potential, Limits”, Policy Currents, Fevereiro: 1-4. 1995

MEDELL, Toby. **Serviço público de radiodifusão:** um estudo de direito comparado. Brasília, UNESCO, 2011.

NHK. **Site oficial da Japan Broadcasting Television.** Disponível em:
<http://www3.nhk.or.jp/nhkworld/portuguese/aboutus/index.html>

PÁDUA, Elizabete Matallo Marchesini. **Metodologia da Pesquisa:** abordagem teórico-prática. 13. ed. Campinas, SP: Papirus 2007.

PERRET, Bernard. **L'évaluation des politiques publiques.** Paris: La Decouverte, 2001.

PETERS, B. G. **American Public Policy.** Chatham, N.J.: Chatham House. 1986.

PINTO, Isabela Cardoso de Matos. **Mudança nas políticas públicas:** a perspectiva do ciclo de política. IN: Revista de Políticas Públicas São Luis, v. 12, n.1, p. 27-36, jan/jun. 2008. Disponível em: <
http://www.revistapoliticaspublicas.ufma.br/download.php?id_publicacao=153
 >. Acesso em 03 de abr de 2017.

PBS - **Public Broadcasting System:** Consolidated Financial Statements 2013 – Disponível em: http://www-tc.pbs.org/about/media/about/cms_page_media/29/PBS%20Financial%20Report%2002%2013.pdf Acessado em: 15/04/17.

RUA, Maria das Graças. **Políticas Públicas.** Florianópolis: Departamento de Ciências da Administração / UFSC; [Brasília]: CAPES: UAB, 2009.

SANTOS, Clezio Saldanha dos. **Introdução à Gestão Pública.** São Paulo: Saraiva, 2006.

SECCHI, Leonardo. **Políticas Públicas:** Conceitos, Esquemas de Análise, Casos Práticos. São Paulo: Cengage Learning, 2010. 133 p

SCRIVEN, Michael. The methodology of Evaluation. In: TYLER, Ralph W.; GAGNÉ, Robert M.; SCRIVEN, Michael (Ed.) **Perspectives of curriculum Evaluation**. Chicago: Rand McNally, 1967. (Monograph Series on Curriculum Evaluation; n. 1) SIGAP – Sistema de Informações Gerenciais de Acompanhamento de Projetos. Disponível em: <http://www.abc.gov.br/sigap/>, acesso em: 08 dez. 2016.

SILVA, Igor Gomes da . **Produto 01** – Mapa descritivo dos centros de pesquisas e escolas de comunicação pública para radiodifusão no Brasil e no Mundo: UNESCO, 2014.

SILVA, Sivaldo P. **Sistemas públicos de comunicação no mundo, experiências de 12 países e o caso brasileiro**, São Paulo, Paulus, Intervozes, 2009.

SOCICOM debate: **a comunicação pública em questão: crise na EBC** /Ruy Sardinha Lopes (organização) – 2.ed. -- São Paulo : SOCICOM, 2016.83 p.

SOUZA. **Políticas públicas**: uma revisão da literatura. Sociologias, Porto Alegre, n. 16, Dezembro 2006. Disponível em < <http://www.scielo.br/pdf/soc/n16/a03n16> >. acesso em 29 março 2017.

SUBIRATS, Joan. **Análisis de políticas públicas y eficacia de la Administración**. Madrid: Ministerio para las Administraciones Públicas, 1994.

TEIXEIRA, Elenaldo Celso. **O papel das Políticas Públicas no Desenvolvimento Local e na Transformação da Realidade**. 2002. Disponível em: < http://www.fit.br/home/link/texto/politicas_publicas.pdf > Acesso em: 18 de abr. 2017.

TREVISAN, Andrei Pittol; BELLEN, Hans Michael van. **Avaliação de políticas públicas**: uma revisão teórica de um campo construção. IN: RAP – Revista de Administração Pública. Rio de Janeiro 42(3):539-50, maio/jun.2008. Disponível em: < <http://www.scielo.br/pdf/rap/v42n3/a05v42n3.pdf> >. Acesso em: 27 de mar. 2017.